

LA CIUTAT CONNECTADA

UNA LÀMPADA
TANT PER A
EXTERIOR
COM PER A
INTERIOR

UNA CADIRA
CATALANA
A LA SALA DELS
DRETS HUMANS
A L'ONU

TEST DE
PROJECTES
A ESCALA
URBANA

COM EMBOLICAR
L'ENTREPÀ
D'UNA FORMA
MÉS ECOLÒGICA

GENT GRAN
EN FORMA A
L'ESPAI PÚBLIC

UN CUBELL
DE FREGAR
AMB SEPARACIÓ
D'AIGÜES

ARQUITECTURA
I SOSTENIBILITAT
AL DESERT

UN RESTAURANT
DE CARAMELS

UN CENTRE
HOSPITALARI AMABLE
PER ALS MÉS PETITS

UN SOFTWARE DE RECERCA
I RECOMANACIÓ MUSICAL
PROPER A LES SELECCIONS
DE LA MENT HUMANA

UN ROBOT
HUMANOIDE
PER AJUDAR
LA GENT

ROBA QUE
FUSIONA ESTÈTICA
I TECNOLOGIA

ISBN 978-84-9850-273-2



9 788498 502732

PENSAT A BARCELONA 2

PENSAT A BARCELONA



Ajuntament de Barcelona

Barcelon**a**ctiva

Amb la col·laboració de:



Foment de les Arts i del Disseny



Barcelona Centre de Disseny



PENSAT A BARCELONA 2



Ajuntament de Barcelona

Barcelon**a**ctiva

Amb la col·laboració de:



Foment de les Arts i del Disseny



Barcelona Centre de Disseny

Us presento el segon volum de la sèrie de publicacions “Pensat a Barcelona”, que recull una mostra de productes i serveis nascuts de la inspiració i la creativitat de persones emprenedores de la nostra ciutat. Productes i serveis que es dissenyen per aportar solucions innovadores a través de nous formats i noves maneres de fer. Projectes personals que veuen la llum i que sorprenen amb una imatge pròpia i diferenciada que s’exporta arreu del món i que contribueix a fer de Barcelona una marca referencial de creativitat i qualitat. Barcelona és una ciutat que aposta per la innovació i el desenvolupament de sectors estratègics amb gran projecció de futur. Al mateix temps, és un motor que fomenta l’activitat emprenedora i genera nous negocis i projectes empresarials que traspassen fronteres. Aquestes capacitats –que es poden palpar en el llibre– són la clau per aconseguir una Barcelona econòmicament consolidada i capaç de superar els reptes que li exigeixen.

Aquestes pàgines són el resultat d’aquesta ciutat creativa i emprenedora, que sempre té projectes amb visió de futur, “pensats a Barcelona”. En molts dels casos d’empreses que descobrireu aquí, hi trobem l’equilibri entre tradició i modernitat, així com noms propis que han sabut adaptar-se als nous temps responnent als reptes de la societat actual. En d’altres exemples, la innovació es combina amb criteris de disseny i sostenibilitat, aportant valor afegit i la qualitat per satisfer els usuaris.

En definitiva, i en totes les pàgines, trobem un element en comú: el talent creatiu, un valor molt present a Barcelona, que fa possible que la nostra ciutat sigui un referent d’innovació.

El foment de la innovació i la millora de l'àmbit empresarial, permet augmentar la cohesió social i, al mateix temps, potenciar l'economia orientada cap a un desenvolupament sostenible. Per aquest motiu, hem de promoure la innovació com a eix de competitivitat de les empreses i les persones emprenedores en un context global i com a model de creació d'ocupació de qualitat.

Aquest llibre és una mostra de la innovació pensada, però sobretot assolida, a Barcelona, un gran laboratori creatiu. Una mostra de totes aquelles persones amb idees i talent que han apostat per donar un pas endavant i crear productes i serveis amb marca Barcelona que han obtingut èxit traspasant inclús les nostres fronteres. Uns productes i serveis que milloren la qualitat de vida i els processos de producció, però també obren noves possibilitats. En aquest sentit, en la difusió de la investigació universitària, l'impuls de la transformació dels resultats en innovació, la promoció de l'emprenedoria i l'atracció de talent tant local com internacional, està l'èxit de la ciutat de Barcelona per situar-se al mapa de la innovació.

Ens trobem immersos en el canvi de model productiu i per a poder avançar cap a la denominada economia del coneixement, d'una banda, és prioritari disposar de capital humà amb talent. I, d'altra banda, fomentar la innovació i la creativitat al teixit empresarial, però també a l'administració, per així crear riquesa i benestar social. Perquè l'aposta per la investigació, la innovació i la formació permetrà crear més ocupació i de major qualitat.

Barcelona és una ciutat on les idees flueixen i es materialitzen en productes i serveis innovadors en àrees tan diverses com el disseny, l'arquitectura, el comerç, les iniciatives socials o la indústria tradicional. En definitiva, Barcelona és una ciutat generadora de creativitat i innovació.

JORDI WILLIAM CARNES

Primer tinent d'alcalde de l'Ajuntament de Barcelona

La ciutat connectada

La ciutat és un hub de connexions, un teixit entrecreuat que permet l'intercanvi d'idees, les col·laboracions entre persones, empreses, centres de coneixement o institucions i, en definitiva, el progrés.

Pensat a Barcelona 2 desvela aquestes connexions i les analitza. És un recull de casos singulars, innovadors i pioners que s'han gestat des d'aquesta ciutat i que, sovint, han tingut repercussió internacional. Són exemples del potencial que té Barcelona com a motor d'innovació, de creació i d'internacionalització. Són la prova que, a vegades, una il·lusió pot desembocar en una realitat, que una idea embrionària pot acabar comercialitzada o una petita empresa pot anar creixent fins convertir-se en un referent arreu del món. A Barcelona es donen les condicions perquè passi això i més.

El llibre que teniu a les mans presenta exemples que ens indiquen que la innovació, moltes vegades, sorgeix en el procés de treball en col·laboració. Que una empresa consolidada col·labori amb una escola de disseny és un actiu a potenciar, un benefici mutu: l'empresa rep idees fresques mentre que l'estudiant treballa en un cas real i fa la seva aproximació al mercat de treball. O que una dissenyadora de moda desenvolupi un projecte conjuntament amb un centre tecnològic i que el resultat sigui una peça de roba innovadora és un clar senyal que aquest és el camí a seguir.

No hi ha marxa enrere. El món està més que mai connectat; les noves tecnologies permeten un intercanvi en temps real com no havia passat fins ara. Aprofitem-les. El sociòleg Zygmunt Bauman ja ho va preveure quan l'any 2000 parlava de la "modernitat líquida", que explicaria l'actual condició del món, enfront de la modernitat sòlida i estanca del passat.

Per adaptar-nos a aquesta nova condició els individus hem de ser flexibles i adaptables. Les disciplines ja no són càpsules tancades i és precisament aquesta flexibilitat la que permet que les sinergies i les col·laboracions flueixin com aigua.

El filòsof Jeremy Rifkin, per la seva banda, parla de la "civilització empàtica", i descriu un nou entramat social teixit a partir d'una àmplia varietat de disciplines. És evident que tota aquesta nova consciència global afecta la nostra manera de treballar i de crear; les ments estan més adaptades a la complexitat de relacions i xarxes presents al nostre voltant. Aquí, però, hem identificat només una part petita però representativa d'aquest teixit a la ciutat de Barcelona.

Si el primer *Pensat a Barcelona* il·lustrava la creativitat a la ciutat, aquest segon volum observa com aquesta creativitat es potencia gràcies a les relacions entre els creadors.

Qui sap si, arran d'aquest llibre, noves relacions i sinergies sorgiran entre els seus protagonistes. Seria un bon epíleg per a aquesta publicació.

10	MUNICH
16	CENTRE D'INICIATIVES PER A LA REINSECCIÓ — <i>Made in CIRE</i>
20	RAMÓN ÚBEDA, OTTO CANALDA + METALARTE — <i>Làmpada Inout</i>
26	LÉKUÉ — <i>Luki</i>
30	CARLOS & JUAN RIVADULLA — <i>Ecofrego</i>
32	FAL ROBOTICS — <i>REEM</i>
36	*S,C,P,F...
42	TRES TINTAS BARCELONA — <i>Wall-à-porter</i>
46	MADRE MÍA DEL AMOR HERMOSO — <i>Naturaleza</i>
50	EMILIANO LÓPEZ, MÓNICA RIVERA — <i>Hotel Aire de Bárdenas</i>
56	MARCADIFERENCIA — <i>Boc'n'Roll</i>
58	HOSPITAL SANT JOAN DE DÉU — <i>Programa Hospital Amic</i>
62	22@ URBAN LAB
68	CAPMAR + IED BARCELONA — <i>Parada Solar d'Informació</i>
72	BICICLETES MONTY — <i>E-Bikes</i>
76	LAGRANJA + SANTA&COLE — <i>Key</i>
80	SALVADOR FÀBREGAS, ALICIA ARTEAGA + MICROARQUITECTURA — <i>Elements de Salut</i>
84	GRAN TEATRE DEL LICEU — <i>Òpera al carrer</i>
86	MORITZ
92	LOOP — <i>Festival i fira de videoart</i>
98	DDT EFECTES ESPECIALS — <i>El Laberinto del Fauno</i>
102	BMAT — <i>Ella</i>
104	U-PLAY STUDIOS — <i>Striker Manager</i>
108	CASES i ASSOCIATS — <i>Disseny de la informació</i>
112	ESPINET/UBACH ARQUITECTES — <i>Celler Ferrer Bobet</i>
118	RODRIGO PINTOS — <i>Sistema Denota</i>
122	ALEX TROCHUT — <i>Rolled Gold+</i>
126	MARC MONZÓ — <i>Sun</i>
128	FIGUERAS INTERNATIONAL SEATING — <i>Cadira Bonamusa</i>
134	MARTÍ GUIXÉ — <i>Candy Restaurant</i>
138	RÜCKER LYPSE — <i>Care Class</i>
140	MANGO
146	SINCROTRÓ ALBA



**RECONVERTIR UNA
“VAMBA” EN CALÇAT
DE MODA**

Munich és una d'aquelles empreses que ha sabut reinventar-se i adaptar-se als nous temps. Les seves sabatilles s'han convertit en un objecte exclusiu present als aparadors més desitjats de països com Itàlia, Holanda, Portugal, Grècia, Japó o Rússia.

La seva història comença amb la petita empresa de la família Berneda el 1939. Des de ben aviat, s'especialitzen en calçat tècnic esportiu i s'estableixen com a pioners de la producció de sabatilles d'esport a Espanya. El 1964 inclouen el símbol més característic de la marca, la X, i canvien el nom de Berneda pel de Munich. L'any 1978 es crea el model *Goal*, inspirat en el calçat de futbol sala, i que suposa tota una revolució en la dècada dels 70, moment en què el món de l'esport influeix de manera determinant en l'*streetwear*. La companyia emprèn una reestructuració, tant a nivell d'innovació tècnica com de disseny, amb l'objectiu de posar-se al nivell de les demandes del moment. Algunes millores introduïdes van ser el canvi del sistema de producció i la incorporació de materials molt innovadors (microfibres, pell de cangur, goma natural, etcètera) que, a més del perfeccionament tècnic i de qualitat, oferien un major confort.

MUNICH

www.munichsports.com
www.munichmyway.com

Xavi Berneda
DIRECTOR DE MÀRQUETING



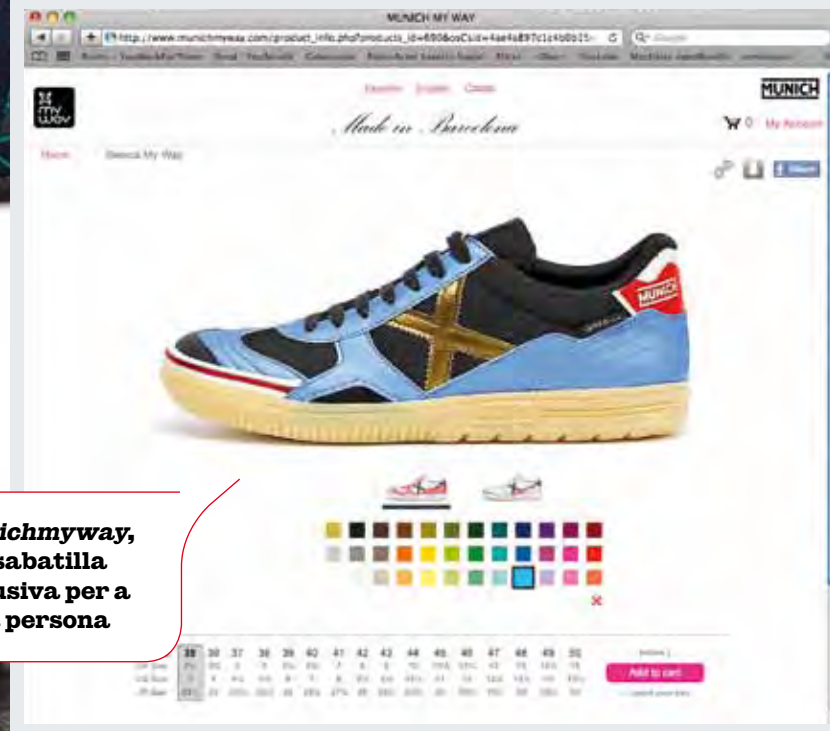


Una clau d'èxit que combina disseny amb una llarga experiència



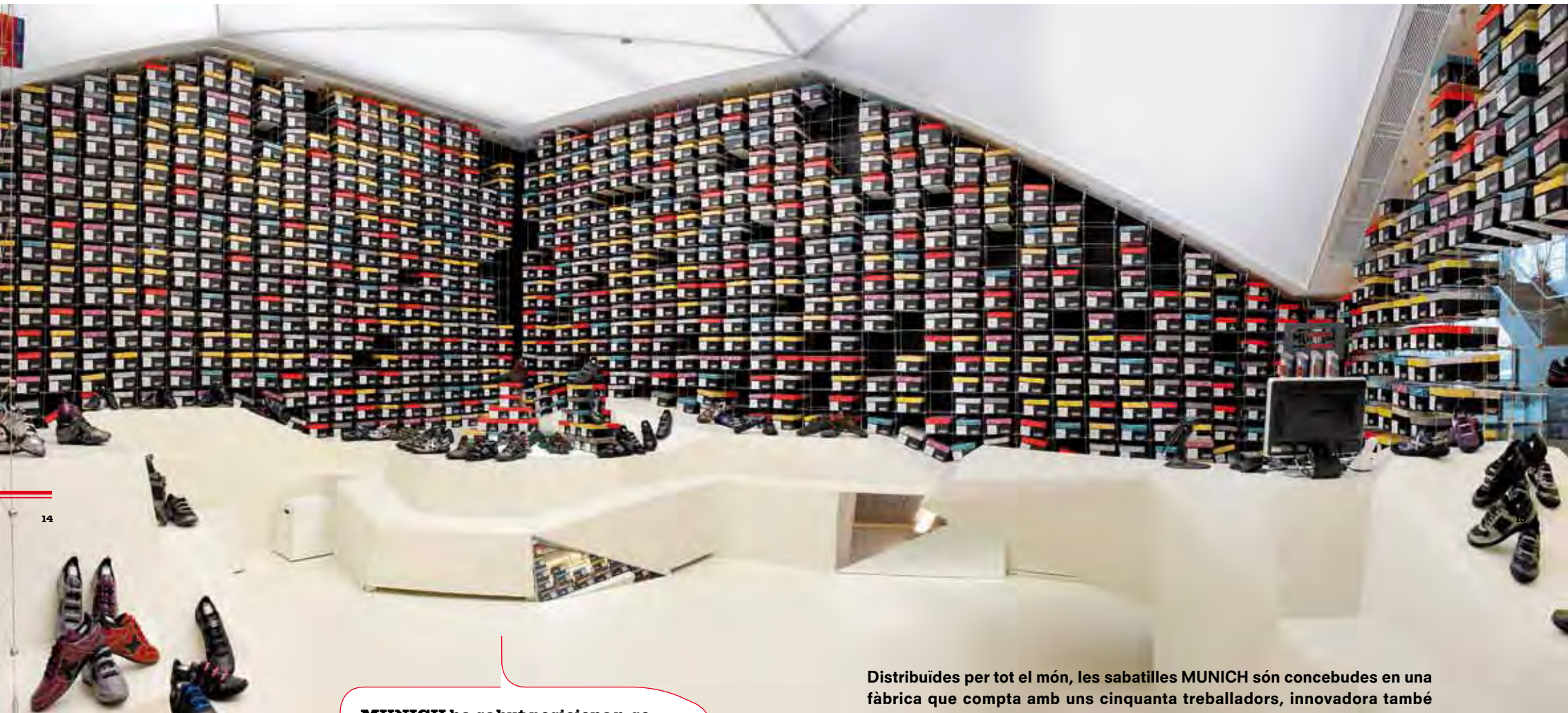
A principis dels anys 2000, sempre atents a les tendències, decideixen traslladar les sabatilles esportives a un ús quotidià i comencen a produir models dels seus clàssics en versió de carrer. El 2002 reediten la línia *Goal*, però traslladant el model de futbol sala al món de la moda. D'aquesta manera, a més dels parells de calçat esportiu que Munich confecciona per temporada, la firma afegeix una nova gamma, la producció de la qual a partir de llavors també tindrà en compte el públic femení. Més tard apareixen la línia *Roc*, inspirada en les sabatilles d'atletisme i la línia *Acropol*, que pren com a base les sabatilles de taekwondo, ambdues en versió de carrer.

Les noves tecnologies també són presents al pla empresarial de Munich. Per mitjà d'una pàgina web (www.munichmyway.com) els clients poden crear sabatilles personalitzades segons els seus gustos, triant, per exemple, el color de la sola, els acabats i la pell del model. Un cop dissenyada, la sabatilla es fabrica i s'envia al client, qui, d'aquesta manera, té una sabatilla única, feta al seu gust i còmodament triada des de casa.



Munichmyway,
una sabatilla
exclusiva per a
cada persona





MUNICH ha sabut posicionar-se molt bé en un mercat internacional molt exigent tant pel disseny com pel confort

Distribuïdes per tot el món, les sabatilles MUNICH són concebudes en una fàbrica que compta amb uns cinquanta treballadors, innovadora també en la seva tecnologia que inclou l'ús d'energia solar. Els germans Xavier i David Berneda, socis i directors de MUNICH, han viscut la seva professió des de ben petits, ja que són la tercera generació que s'ha dedicat a la fabricació de sabatilles esportives. Ells dos han estat, des de l'any 2000, els impulsors de les sabatilles MUNICH en el sector de la moda. MUNICH ha estat guardonada amb el Premi Cambra a la Gestió del Disseny 2009 que convoca la Cambra de Comerç de Barcelona i BCD Barcelona Centre de Disseny.



16

Bossa catalana,
de Martín Azúa
i Gerard Moliné

by

**CENTRE D'INICIATIVES
PER A LA REINSENCIÓ**

www.madeincire.cat

**UN PROJECTE
SOCIALMENT
INNOVADOR
I COMPROMÈS**

Adolf Cabruja
DIRECTOR GENERAL DEL CIRE



Blai Puig
COORDINADOR DE LA COMISSIÓ D'IDEES
PER A LA CREACIÓ DE PRODUCTES
MADE IN CIRE

Paola Roig
COORDINADORA
DE MADE IN CIRE



**Formar, ocupar i inserir
són els tres eixos d'acció
que mouen el CIRE a
dissenyar itineraris
d'inserció sociolaboral
personalitzats per a cada
intern/a**

La marca Made in CIRE és un programa del Centre d'Iniciatives per a la Reinserció depenent del Departament de Justícia de la Generalitat que té com a missió principal la reinserció sociolaboral dels interns de centres penitenciaris a partir de la fabricació de productes de disseny. Aquesta col·laboració entre dissenyadors i Made in CIRE va començar el 2004, quan Martín Azúa i Gerard Moliné, dos reconeguts dissenyadors industrials, van dissenyar la Bossa Catalana que va ser produïda i fabricada als centres penitenciaris.

A partir de l'èxit que va suposar la bossa tant a nivell social com de vendes, va sorgir la idea de crear l'Espai CIRE, la plataforma des d'on es desenvolupen les idees que promouen nous productes Made in CIRE de qualitat i contemporanis. Made in CIRE no és l'únic programa de reinserció laboral que desenvolupa el Centre, ja que els interns també poden treballar a la construcció, netejant boscos o confecció industrial; però sí és l'únic programa que es presenta com a marca reconeguda, els resultats de la qual arriben a la societat i que compta amb una distribució comercial a botigues i fires especialitzades.



**Diversos models de la sèrie
Enfarcella't, de M. Jesús Fargas**

17

Peces de dissenyadors reconeguts fabricades per interns de centres penitenciaris



Els productes de Made in CIRE fabricats als centres són molt diversos i inclouen tot tipus de tècniques i materials: confecció, serralleria, fusteria, impressió i ceràmica. Són productes útils, de qualitat i disseny innovador.

Els productes més destacats, entre els molts que produeix, són la línia Enfarcella't i Entaula't de M. Jesús Fargas, la nova línia de teteres de diferents dissenyadors, les làmpades bossa, de Pete Sans i Regina Saura, i la Neobarretina de Gerard Moliné, que fou producte seleccionat als Premis Delta 2009 ADI-FAD, a part de la bossa catalana esmentada anteriorment i les adaptacions que se n'han fet: bossa africana i bossa catalano-africana.



Teteres d'autor

Es tracta d'una línia de disseny que dona valor afegit i prestigi al treball productiu dels interns. D'aquesta manera, la societat pot apreciar les capacitats i habilitats que han adquirit



Amb la voluntat de captar i promocionar nous talents, Made in CIRE ha creat una beca a la Incubadora del FAD, per la qual el CIRE escull un dels dissenys presentats i el produeix. Aquesta col·laboració entre el FAD i el CIRE ha permès que dissenyadors joves puguin veure el seu treball produït. És el cas de Jesús Sánchez Gallego, autor d'Encens, un cremador d'encens vertical que recull les cendres i evita que caiguin per tot arreu.

La xarxa que crea Made in CIRE (dissenyadors, interns, FAD, botigues...) és un exemple de com la innovació social amb sortida comercial és possible.



No és gaire freqüent que una mateixa làmpada serveixi tant a l'interior com a l'exterior, és a dir que resisteixi estar sota la pluja i el sol, suporti el vent i altres condicions climatològiques i que alhora acompleixi els requisits del disseny d'interiors.

Inout va néixer de la intuïció que existia un espai al mercat del disseny per a una làmpada decorativa d'interior –in– que també pogués instal·lar-se sense problemes a l'exterior –out–. Aquesta làmpada queda igual de bé tant a la sala com al jardí. La seva silueta familiar recorda la d'un llum de peu de tota la vida. Es fabrica amb plàstic rotomoldejat, en aquest cas polietilè 100% reciclable, un material impermeable i resistent als cops que es pot tenyir de diferents colors: blanc, vermell i en una edició especial blau Bombay Sapphire. La pantalla i el peu són d'una sola peça i això la fa molt fàcil de transportar alhora que crea una llum uniforme. També destaca per les seves mides, i és que la versió més gran arriba als dos metres i vint d'alçada.

Gràcies a la suma de tots aquests aspectes, la làmpada ha aconseguit un enorme èxit tant nacional com internacional i s'ha convertit en un referent del disseny de producte, un d'aquells casos d'èxit que passa una sola vegada cada molt de temps.

Làmpada Inout

20

by

**RAMON ÚBEDA, OTTO CANALDA
+ METALARTE**

www.metalarte.com

Ramón Úbeda
DISSENYADOR

Otto Canalda
DISSENYADOR

Carlos Riera
DIRECTOR D'ART DE METALARTE

Román Riera
DIRECTOR DE MÀRQUETING I
PROPIETARI DE METALARTE

**UNA LÀMPADA TANT
PER A EXTERIOR
COM PER A INTERIOR
QUE S'HA CONVERTIT
EN UN REFERENT
INTERNACIONAL**



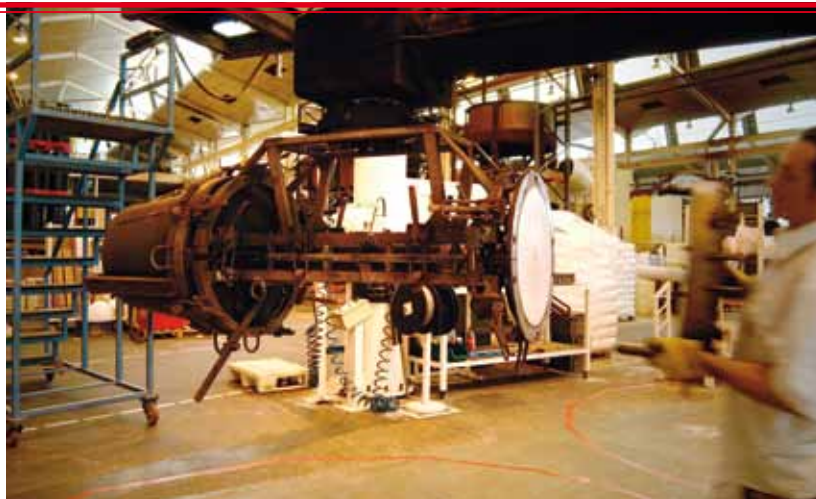


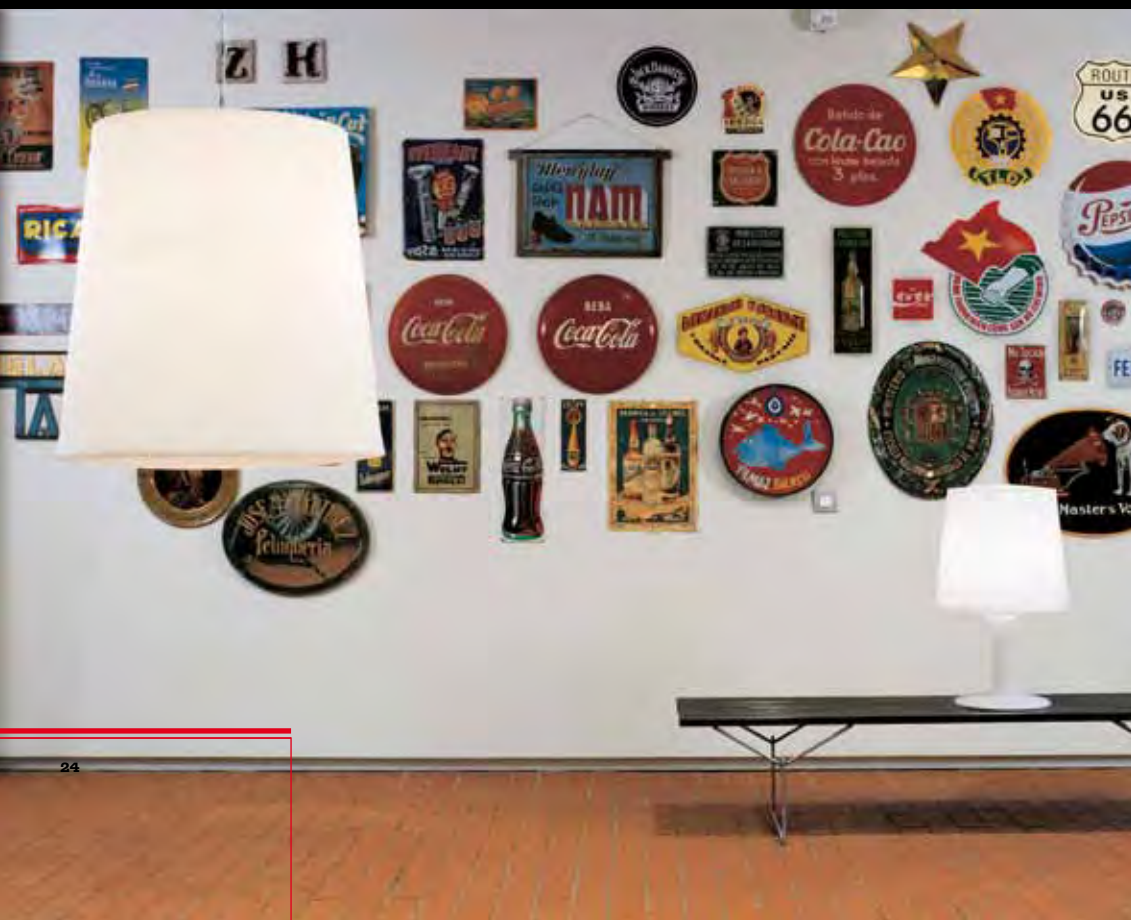
Té el seu propi llibre monogràfic: *Inout & Friends*, una publicació de 400 pàgines editada el 2009 per Ramón Úbeda i Nova Era Publicacions.

Inout és un disseny de Ramón Úbeda i Otto Canalda i produïda per Metalarte. Úbeda és un creador polifacètic que es podria definir com arquitecte de formació, periodista de professió i dissenyador per vocació. Col·labora amb les revistes espanyoles i internacionals més importants, és autor de nombrosos llibres i comissari d'exposicions. Canalda és un jove dissenyador llicenciat a l'escola Elisava que treballa a BD Barcelona Design desenvolupant nous productes. I, finalment, Metalarte és una empresa familiar catalana que va començar la seva activitat als anys 30 però que des dels anys 60 es va especialitzar en il·luminació. Aprofitant aquest canvi d'orientació, Metalarte decideix apostar i treballar amb dissenyadors d'avantguarda i ser un referent en la producció de llums i làmpades. Crea també el projecte Metalab, que promociona les col·laboracions amb una nova generació de dissenyadors.



Una làmpada enorme, translúcida, autoportant i impermeable, produïda en una sola peça





Inout es pot trobar pràcticament a qualsevol racó del món: des de Tòquio a la Xina, passant per Londres



La làmpada Inout ha rebut el premi Good Design Award atorgat pel Ministeri d'Indústria del Japó l'any 2008. Tot i que el reconeixement més gran ha estat convertir-se en un hit de vendes, que es pot trobar a llocs ben diversos del món: des d'oficines a hotels de luxe, zoològics i restaurants, a la televisió, al cinema, a la universitat de Tòquio i fins i tot a la Xina.



Espremedor de llimona

Amb aquest estri es pot extreure fàcilment, i de forma controlada el suc de la llimona sense esquitxades ni llavors. A més, es pot guardar la resta de la llimona a la nevera durant més temps gràcies al seu sistema de tancament.



Luki

by

LÉKUÉ

www.lekue.es

TECNOLOGIA I DISSENY A LA CUINA

Luki Huber
DISSENYADOR

Xavier Costa
DIRECTOR GENERAL
LEKUÉ

Lékué és una empresa catalana que neix el 1980, comercialitzant escombres i glaçoneres de cautxú. L'any 2005 és un any de canvi estratègic per al grup que es concreta en una forta inversió en R+D, en la recerca de nous materials i optimització del disseny. Des del seus inicis ha plogut molt i Lékué ha sabut reorientar la seva línia, reforçant una imatge de marca innovadora, fresca i propera al públic objectiu, fins a convertir-se en el líder mundial en la innovació de productes per a la cuina en silicona platí.

Practicitat, qualitat, innovació i disseny avantguardista constitueixen la base de la filosofia de Lékué, valors que li han permès experimentar un ràpid creixement en els últims anys, fins arribar a una facturació de prop de 15 milions d'euros.

Lékué treballa en moltes línies de productes per a la llar, però el producte que més èxit ha tingut, per innovador i revolucionari és l'estoig de vapor o papillot, elaborat en silicona 100% platí. Aquest material avançat té característiques úniques gràcies a la seva excepcional flexibilitat, resistència i adaptabilitat tèrmica. Per aquesta raó, la silicona platí és perfecte per cuinar aliments al forn o microones.

Actualment Lékué col·labora amb diferents dissenyadors industrials internacionals per crear nous productes en les seves línies de cuina i llar. Una de les col·laboracions més fructíferes és amb el dissenyador suís afincat a Barcelona Luki Huber, que treballa amb la idea d'unir el disseny funcional amb les propietats de la silicona platí i aconseguir millorar, facilitar o reinventar objectes o processos ja coneguts tant en la cuina professional com en l'ús particular.

Malla de cocció

Una xarxa flexible i elàstica on es poden introduir els aliments per cuinar al vapor i després escórrer. Amb aquest sistema, els aliments conserven els nutrients i aromes, aconseguint una cocció saludable, lleugera i sense greixos.





Vaporera plegable

Una manera sana, ràpida i pràctica de cuinar sense greixos afegits. Consta d'agafadors aïllants i ranures antidegoteig que permeten una còmoda manipulació. La flexibilitat del seu material permet que es pugui plegar i guanyar d'aquesta manera espai a la cuina.

LÉKUÉ compta amb una llarga experiència en el desenvolupament de productes de silicona platí per a ús dels consumidors i dels professionals de la cuina



Estoig de vapor amb safata
Un nou format amb suport interior extraïble que permet escórrer el líquid dels aliments durant la cocció o la conservació, mantenint l'autèntic gust de tots els ingredients. Afegint sota la safata espècies o ingredients podem aromatitzar els aliments.

LÉKUÉ ha revolucionat el sector de productes per a la cuina

La gama Luki Huber de Lékué inclou, entre altres productes, una vaporera plegable, una malla de cocció, un estoig de vapor amb safata, un espremedor de llimona i un motlle per a gelats.

Alguns dels avantatges dels productes Lékué en silicona platí són l'elevada resistència a temperatures extremes, antiadherència excel·lent, cocció uniforme, ergonomia, a part de ser productes fàcils de netejar, d'utilitzar, ecològic (el component bàsic és silici, present de forma natural a les roques i platges), i molt flexibles, cosa que facilita el desemmotllament i l'emmagatzematge.

Els productes de Lékué han estat premiats a nivell nacional i internacional, destacant el premi Madrid Fusión 2007 i Good Design Award 2007, el guardó Trends 2009 de la Fira Ambiente de Frankfurt i The 2009 Best Hit Items 30 by Nikkei Trendy a Japó.

Uns premis que confirmen l'excel·lent acollida dels productes desenvolupats per Lékué entre els consumidors. Lékué ha estat guardonada amb el Premi Cambra a la Gestió del Disseny 2010 que convoca la Cambra de Comerç de Barcelona i BCD Barcelona Centre de Disseny.

Tot i que la innovació s'aplica des de fa anys en tota mena d'electrodomèstics, el cubell de fregar és pràcticament igual des que es va inventar fa quasi cinquanta anys. La forma actual de fregar no és eficient ni ecològica. Normalment, omplim un cubell amb aigua i comencem a fregar, barrejant la brutícia que recollim amb l'aigua del cubell. D'aquesta manera només aconseguim repartir la brutícia per la superfície que volem netejar.

Al Carlos Rivadulla, inventor d'Ecofrego, se li va ocórrer mentre estava fent el servei militar una manera de solucionar-ho, per mitjà de dos compartiments d'aigua separats al mateix cubell. Una solució pràctica en neteja i que també és molt més ecològica. Ecofrego és un cubell per fregar format per dos escuradors i dos compartiments, un per a l'aigua neta i l'altre per a l'aigua bruta. L'escurador d'aigua neta cau directament al compartiment més gran

que fa de base. D'aquesta manera es manté l'equilibri de la peça i es fa un millor ús de l'espai. El cubell destinat a l'aigua bruta va acoblat al compartiment principal, però disposa d'un escurador independent de manera que s'aconsegueix no barrejar l'aigua neta del cubell amb la brutícia, pols i líquids que es recullen quan freguem el terra. Amb aquesta disposició s'aconsegueix una substancial millora en la qualitat de l'aigua que s'utilitza per fregar.



Una solució innovadora i eficient que suposa un estalvi triple: d'aigua, de temps i de sabó

Ecofrego

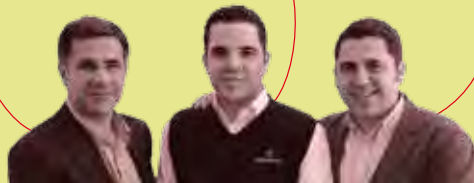
by **CARLOS&JUAN RIVADULLA**
www.ecofrego.com

**UN CUBELL DE FREGAR
AMB SEPARACIÓ
D'AIGÜES**

Juan Rivadulla
EMPRESARI I CREADOR D'ECOFREGO

Carlos Rivadulla
ADVOCAT ESPECIALITZAT EN PATENTS
I CREADOR D'ECOFREGO

Josep Añols
DISSENYADOR



La nova aposta en neteja ecològica proporciona un triple estalvi: d'aigua, perquè no hem de buidar el cubell varies vegades, de temps perquè no hem de perdre temps omplint el cubell, i un estalvi del 50% de sabó, a més d'evitar que grans quantitats de substàncies químiques siguin llençades als mars i rius.

Aquesta simple però enginyosa solució domèstica va rebre el premi de plata de disseny industrial Delta 2009 d'ADI-FAD. Els creadors són dos germans de Lleida afincats a Bar-

celona: Carlos Rivadulla, advocat especialitzat en patents, en va ser l'inventor, i Juan Rivadulla l'empresari que ha tirat el negoci endavant. A més compten amb el recolzament de Manuel Jalón, un enginyer militar aragonès fundador de l'empresa Rodex, considerat com l'inventor del cubell de fregar amb escurador. Ecofrego està patentat a l'àmbit nacional i pendent d'obtenir la patent internacional. El producte fou dissenyat per Josep Añols d'Staffmedia i fabricat per una empresa

d'injecció de plàstics de Lliça de Vall. Ecofrego es troba a unes 60 ferreteries a tota Espanya i també a les cadenes de supermercats Carrefour i Hipercor, i en breu estarà present en altres a tota Espanya. També estan negociant amb cadenes d'altres països. A part de la galleda, també han desenvolupat una gamma de productes sostenibles com mopes de microfibra, pals de fregar lleugers i telescòpics, escombres i una gamma de detergents ecològics.

Totes les fantasies de les pel·lícules futuristes dels anys 50 tard o d'hora s'acaben fent realitat. Ja podem parlar i veure la cara al nostre parent que viu a l'altra punta del món, programar els electrodomèstics per telèfon i volar com si agaféssim un autobús. Però qui no ha tingut mai la fantasia de tenir un robot que netegi la cuina, compri el diari o tingui el dinar preparat? L'empresa de robòtica humanoide PAL Robotics, instal·lada al districte 22@ Barcelona està treballant per apropar els robots humanoides al servei de les empreses i el ciutadà. L'equip de robòtica forma part de PAL Group, una empresa dels Emirats Àrabs promotora de solucions de negoci per a la indústria de seguretat, construcció, turisme, lloguer de vehicles, entreteniment i comerç. REEM-B és conegut mundialment com un dels robots humanoides més avançats. Aquests artefactes són una integració de mecànica, electrònica i software que fins ara no s'havia utilitzat més que en el camp de l'R+D. La idea de PAL Robotics és precisament la d'explorar mercats potencials, promoure un ús quotidià dels robots humanoides, que serveixin per ajudar-nos a millorar el nostre treball i la nostra qualitat de vida.

REEM

by

PAL ROBOTICS

www.pal-robotics.com

**UN ROBOT HUMANOIDE
PER AJUDAR LA GENT**

Davide Faconti
DIRECTOR GENERAL
PAL ROBOTICS

REEM-B
ROBOT



PAL Robotics vol introduir-se al mercat comercial i aconseguir integrar els robots a la vida quotidiana

La història de REEM va començar amb REEM-A, el primer model de la sèrie que era capaç de caminar i jugar a escacs. Després va aparèixer REEM-B, que podia caminar fins a 1,5 km/h, transportar 13 kg de pes i situar-se en entorns d'interior. Després es va perfeccionar fins arribar a la nova versió actual, REEM-H. Aquest pot orientar-se en diferents ambients i proporcionar informació. Les seves característiques són un sistema de navegació autònom, una pantalla tàctil senzilla i un reconeixedor de cara i de veu. És a dir, pot parlar i obeir comandaments. A part d'això, REEM-H també té dos braços mecànics, que li permeten manipular petits paquets. També disposa d'un sistema d'informació que suporta una gran varietat d'aplicacions multimèdia: mapa interactiu de la zona, informació específica (temps, restaurants propers, horaris de transport...) i proporciona teleassistència mitjançant videoconferències.



**Enginyeria i recerca
barcelonina per
desenvolupar un robot
humanoide de servei**



REEM-H mideix 1,66 m i pesa 100 kg. Els braços motoritzats i el cap li donen certa expressió, i la seva base mòbil amb rodes li permet moure's a 5 km/h. També té una plataforma que es transforma en carret per portar objectes petits. La bateria és de liti i té una autonomia de fins a vuit hores seguides. Uns sensors basats en càmeres i làsers permeten que el robot es desplaci sense ensopegar amb obstacles. Aquest robot podria solucionar moltes de les tasques diàries a la feina i a casa.

REEM-H està pensat, per exemple, per a empreses que vulguin un robot per a activitats puntuals com fires, conferències, festivals o centres comercials.



L'EFFECTIVITAT D'UNA PUBLICITAT EMOCIONAL

Qui no ha escoltat mai la frase “Redecora la teva vida”, “Ravaleja”, o ha tret la mà per la finestra del cotxe per seguir el vent? Doncs bé, totes aquestes idees vénen directament de la publicitat, i són fruit d'una mateixa agència, *S,C,P,F..., que en el seu moment va apostar per crear una publicitat emocional. Buscar l'empatia amb la gent i aconseguir que la publicitat tingui contingut en si mateixa són algunes de les claus d'èxit d'aquesta empresa. Ja fa uns anys van canviar el llenguatge publicitari de BMW, per passar d'un model racional en el qual s'explicaven les característiques tècniques del cotxe, a un model emocional, iniciat amb la campanya “T'agrada conduir?” i que ha culminat amb l'èxit de “Be water, my friend” i d'altres que han seguit, confirmant que aquest tipus de publicitat és la que més connecta amb el consumidor actual. Aquesta campanya, igual que l'aigua, es va saber adaptar i fluir per llocs insospitats. Va ser decisiva per les vendes, que es calcula van pujar un 73,1% respecte al moment anterior a l'anunci.

*S,C,P,F...

www.scpf.com

“Be water, my friend”, l'espot més vist a internet, el més comentat i el més parodiat

Toni Segarra
DIRECTOR CREATIU EXECUTIU *S,C,P,F...



Luis Cuesta
PRESIDENT *S,C,P,F...



Ignasi Puig
CONSELLER DELEGAT *S,C,P,F...



David Caballero
DIRECTOR CREATIU EXECUTIU





Ikea, BMW, Vueling, Vodafone i Damm són només alguns dels clients que han confiat en l'agència

La filosofia d'*S,C,P,F... es basa en les idees de llarg recorregut, i el seu estil promou valors com la consistència i l'excel·lència. No en va, els seus clients es mantenen fidels durant molts anys. Les seves campanyes per a IKEA, Vueling o una de les més recents per a Loctite es recorden per la seva originalitat i eficàcia. Un exemple d'això han estat les adaptacions en dissenys de programes de televisió, articles en premsa escrita, portades de diaris, entrevistes en programes de ràdio i centenars de versions fetes per espectadors i publicades a internet de la campanya "Be water my friend". Una altra de les seves premisses és la de col·laboració i "mestissatge creatiu". *S,C,P,F... treballa assiduament amb altres agents creatius. La seva col·laboració amb El Terrat es diu "Mejorando lo Presente" (MLP) i té com a objectiu generar continguts alternatius per seduir tant a les grans marques que busquen fórmules diferents al tradicional spot televisiu com a les grans cadenes de televisió.





*S,C,P,F... va sorgir a finals de 1995 quan Toni Segarra, Luis Cuesta, Félix Fernández de Castro i Ignasi Puig van deixar l'agència Delvico Bates per fundar un nou projecte independent. Des de fa anys són una agència de publicitat de prestigi i en primera línia de la comunicació creativa responsable de la publicitat de marques líders a nivell nacional i internacional com BMW, Ikea, Procter & Gamble, o Vodafone. A les seves diferents seus (Barcelona, Madrid, Buenos Aires i Miami) treballen o han treballat els millors creatius i joves talents de tot el món.

Entre els nombrosos premis que l'agència ha guanyat destaquen el Gran Premi del Festival Sol de Sant Sebastià (Festival Iberoamericà de la comunicació publicitària) en 5 ocasions, tres en televisió (2 BMW i 1 amb IKEA) i 2 en gràfica (Panama Jack i BMW). A més a més, l'anunci "Mà" per a BMW ha estat escollit per la premsa com el millor espot dels últims 25 anys al Festival El Sol. "Be water, my friend" per la seva banda va guanyar el Gran Ampe d'Or 2006 i el Premi a l'Eficàcia. De fet, *S,C,P,F... és l'única agència que ha guanyat tres vegades el Gran Premi dels Efi (Premis a l'Eficàcia).

Wall-à-porter

by

**TRES TINTAS
BARCELONA**
www.trestintas.com

**EL PAPER DE PARET
ESTÀ MÉS DE MODA
QUE MAI**

Jaime Bermejo
RESPONSABLE DE CONTRACTACIÓ

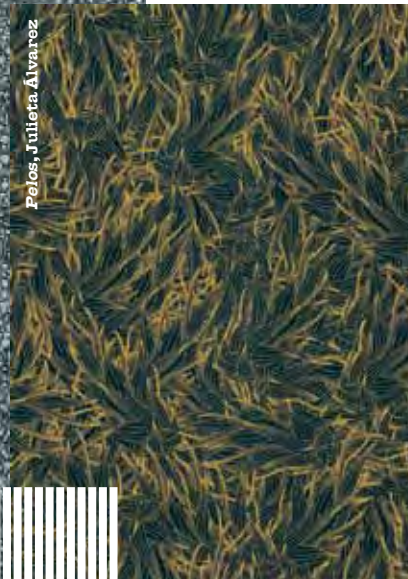
Dani Bermejo
DIRECTOR DE MARKETING

Alberto Bermejo
DIRECTOR D'ART

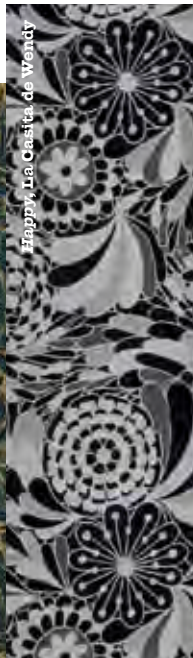
Perlas, Miriam Ocáriz



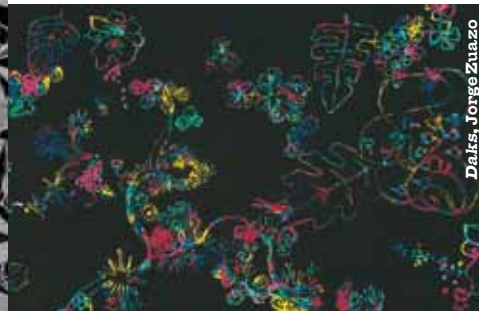
Pelos, Julieta Álvarez



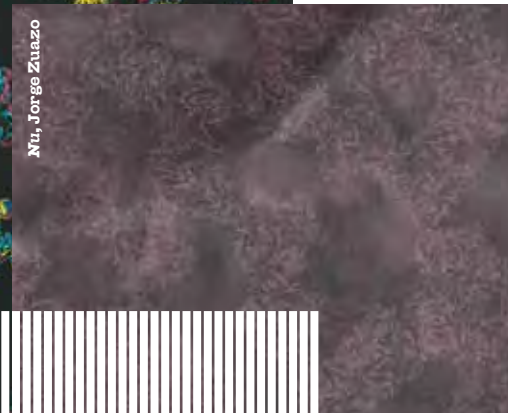
Happy, La Casita de Wendy



Daks, Jorge Zuazo



Nu, Jorge Zuazo



Darrere d'aquest nom tan suggeridor hi ha l'última col·lecció de papers pintats de Tres Tintas Barcelona, una empresa que ha sabut reorientar i adaptar als nous temps un producte tan clàssic com el paper de paret.

Per dotar als seus productes d'un estil fresc, contemporani i innovador, han col·laborat amb dissenyadors tan reconeguts com Javier Mariscal, Enric Jardí, Sophie Leblanc, Inocudesign, entre molts altres, de qui han fabricat i distribuït papers pintats amb els seus dissenys.

Tres Tintas Barcelona ha presentat col·leccions com ara: *Revival*, *Déjà vu*, *All City Papers*, *9 Selvas*, i *Wall-à-porter*, que han estat concebuda per dissenyadors de moda. D'aquesta manera volen passar el Prêt-à-porter del vestit, al revestiment de parets, el que anomenem Wall-à-porter. Per a aquesta cinquena col·lecció han apostat per dissenyadors joves, amb talent i projecció, com Txell Miras, Miriam Ocáriz, La Casita de Wendy, Jorge Zuazo i Julieta Álvarez i Dora Romero.

Wall-à-porter ha iniciat un diàleg productiu entre la moda i l'interiorisme, un intercanvi que no només es limita al paper de paret: amb aquesta col·lecció, l'empresa ha diversificat els seus productes i ha incorporat la confecció de



Bolas, Miriam Ocariz



Pelos, Julieta Álvarez

Pots vestir les parets de casa teva amb les últimes creacions de dissenyadors de moda, joves amb talent i projecció



Zerkalo, Txell Miras

44

teles utilitzant els dissenys dels papers. Aquesta nova línia permet combinar papers pintats amb teles per crear ambients integrats, entre les parets i les cortines, coixins, entapissats... Un nou món de possibilitats per vestir i decorar els interiors.

Tres Tintas Barcelona neix el 2004, filla de Papeles Pintados Aribau, i s'estableix com una marca independent de la casa mare, encapçalada per la tercera generació de la família Bermejo. D'aquesta manera, aprofiten tot el saber fer i l'experiència de Papeles Pintados, però amb una visió més atrevida, més creativitat, més disseny i una voluntat d'adaptar-se als nous temps, proporcionada per la generació més jove de la família.

I per si tot això no fos prou, també compten amb un servei de papers pintats a la carta. En una època on la customització i el desig de ser diferents dels altres és una tendència clara, Tres Tintas Barcelona ofereix un producte únic al client que busca l'exclusivitat.

Tres Tintas Barcelona té una clara vocació internacional i els seus productes estan presents en mercats tan diversos com Regne Unit, Alemanya, Suècia, Dinamarca, Mèxic, Rússia o Hong Kong.



Happy, La Casita de Wendy

Amb Wall-à-porter, la diversificació ha estat clau: combinar el paper de la paret amb la tapisseria del sofà ara és possible

45

Naturaleza

by

**MADRE MÍA DEL
AMOR HERMOSO**

www.madre-mia.com

**ROBA QUE FUSIONA
ESTÈTICA
I TECNOLOGIA**

Laura Morata
DISSENYADORA



**Gràcies als últims descobriments
en tecnologia, els teixits poden
transportar emocions
i sensacions**



Laura Morata no és una dissenyadora de moda qualsevol. Les seves creacions, sota la marca creada per ella mateixa, Madre Mía del Amor Hermoso, tenen un objectiu poc habitual en el món de la moda: les peces aporten diferents sensacions i emocions a qui les porta.

Amb un disseny modern, contemporani i fresc, les peces que dissenya Laura Morata són úniques, i fins i tot poden fer-te canviar l'estat d'ànim segons la peça que escullis.

La seva col·lecció –Naturaleza– és la suma de llargs anys de recerca. El resultat és l'aplicació de la tecnologia a teixits naturals sense que se'n modifiquin les propietats, la textura ni les seves característiques.

La col·lecció s'inspira en materials i sensacions presents a la natura, capaços d'aportar a qui porta la peça de roba qualitats sensitives impensables fins ara. Estampats amb mil fulles, vestits arbres, faldilles camuflades de lleopard, margarides o dones ratpenats, són algunes de les peces que es poden trobar en aquesta col·lecció.



Gràcies a la investigació amb teixits intel·ligents, Madre Mía del Amor Hermoso ha aconseguit fusionar en un únic producte disseny i tecnologia, dos mons històricament molt distanciat. Si bé és cert que des de fa temps que s'aplica la tecnologia a la indústria tèxtil, fins ara s'havia limitat a un ús esportiu, roba de treball, materials resistents i roba de seguretat. La novetat de Madre Mía del Amor Hermoso és que aplica les tecnologies a la moda, vestits d'ús quotidià, amb teixits suaus i delicats. Aconsegueix així aprofitar els grans avantatges que les darreres innovacions en l'àmbit de la tecnologia i la ciència aporten. Per dur a terme aquesta investigació, Laura Morata ha col·laborat amb Leitat, un centre tecnològic, que proporciona assessorament i recursos tecnològics a totes aquelles empreses que volen apostar per la innovació. Gràcies a aquesta col·laboració, Madre Mía del Amor Hermoso ha pogut aplicar als teixits tecnologies com les microcàpsules, tintes luminescents, plasma i biomaterials, i crear així peces de roba amb característiques ben especials.

Vestits que regulen la temperatura del cos, perquè no passis ni fred ni calor. Vestits amb olors que ens aporten benestar i relaxació. Vestits protegits de les taques. Roba amb microcàpsules antiestàtiques que ens ajuden a alliberar-nos de l'estrès diari. Vestits anti-mosquits, per poder gaudir dels dies d'estiu sense por de les picades d'aquests insectes empipadors. I vestits que brillen a la foscor. Aquests són alguns dels exemples de les diferents col·leccions que ha dissenyat Laura Morata fins ara.

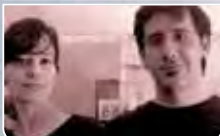


**Roba inspirada
en comportaments
presentes
a la naturalesa**

**COMODITAT I AVANTGUARDA
ARQUITECTÒNICA
AL DESERT**

Hotel Aire de Bárdenas

by



**EMILIANO LÓPEZ
MÓNICA RIVERA**

www.lopez-rivera.com

Enmig del desert de Las Bárdenas Reales de Navarra, entre camps de blat i molins d'energia eòlica, trobem un petit hotel de 4 estrelles que compta amb nombrosos premis d'arquitectura com el de la VII Bienal Iberoamericana d'Arquitectura i Urbanisme de 2010. El paisatge únic que l'envolta, de zones erosionades i silencioses, l'ha convertit en una de les destinacions de relax més interessants de l'actualitat.

L'Hotel Aire de Bárdenas, dissenyat pels joves arquitectes d'origen llatinoamericà residents a Barcelona Emiliano López i Mónica Rivera, és una construcció lleugera, desmuntable i reciclable, feta a partir de simples panells metàl·lics. S'inspira en les construccions agrícoles locals, petites i simples, i es tanca en un pati interior que el protegeix de l'assolador *cierzo*, el característic fort vent del nord-oest d'aquesta regió.



52

El plantejament inicial del projecte era donar una resposta constructiva i conceptual basada en la intervenció discreta i arrelada a l'entorn. Així, l'hotel passa desapercbut des de la distància, ja que només es distingeixen grans caixes utilitzades normalment per a la recol·lecció de fruita a la zona. Aquestes construccions són reciclables i fàcils de moure i tenen una doble funció, tant de façana com de protecció del fort vent, a la vegada que permeten que passi l'aire per ventilar l'ambient interior.

L'hotel consta d'una única planta, amb 22 habitacions, 13 de les quals disposen d'un jardí privat. L'edifici compta amb una sèrie d'estructures senzilles, monocromàtiques i cúbiques. La seva disposició dispersa permet veure a través dels espais intersticials, generant un joc de llum i ombres. Tant els volums construïts com els jardins, espais senzills i silenciosos, busquen apropar-se a l'austeritat del paisatge. Els exteriors de pedra i terra donen un acabat proper al dels sòls del desert bardener i recullen formes, colors i vegetació característics d'aquest desert i dels camps de regadiu: arbres fruiters, horts i plantes aromàtiques, que es disposen als jardins interiors.



Un hotel que transforma la simpleza i austeritat del paisatge desèrtic en comoditat i avantguarda arquitectònica

Les habitacions han estat dissenyades amb cura per garantir el confort i la tranquil·litat. L'element més característic són les "finestres habitables" que sobresurten de l'habitació i es converteixen en racons perfectes per llegir o mirar el paisatge. Pel fet d'estar orientades cap al nord-oest no reben mai el sol directe.

Mónica Rivera i Emiliano López comencen a treballar junts a Barcelona el 2001, tant en obra pública per mitjà de concursos com en encàrrecs privats, sempre intentant posar l'èmfasi en la simpleza i la fusió amb l'entorn. L'Hotel Aire de Bárdenas els ha situat al capdavant de les propostes arquitectòniques actuals, i els ha fet guanyar, entre molts d'altres, el premi d'arquitectura Jove de la X Bienal Española de Arquitectura i el primer premi de l'*Architectural Review* d'arquitectura emergent.

53



El fort caràcter agrícola del lloc, el desert de Las Bârdenas i el vent van ser els elements d'inspiració dels joves arquitectes per convertir aquest paisatge inhòspit en un indret de confort i descans

Marcadiferencia, una empresa formada per Jordi Mas i Meritxell Hernández amb clara vocació de conscienciació ecològica, ha "reinventat" el mocador de fer farcells. La idea va sorgir un dia que en Jordi parlava amb la seva àvia de com eren les coses abans, i ella li va parlar del mocador de fer farcells i de com l'utilitzaven, entre altres coses, per portar el dinar al camp. Al Jordi se li va encendre la bombeta i va veure la manera de adaptar la idea al món actual. Ara amb aquest producte i nou disseny, ens podem endur l'entrepà, la fruita o

unes galetes a la feina o a l'escola, sense necessitat de fer servir productes tan contaminants com el paper de plata o les bosses de plàstic. El Boc'n Roll és un embolcall sostenible i reutilitzable. Està fet, d'una banda, de dues capes tèxtils (de cotó i de polièster), i, d'altra, per un plàstic ecològic (tècnic i especial per a productes alimentaris) que no emet substàncies tòxiques ni en la fabricació ni en la seva destrucció, molt resistent i que no es deforma. Té un tancament de velcro que permet ajustar el Boc'n Roll a la mida necessària. A més,

una vegada desembolicat, s'obté una superfície neta on recolzar l'entrepà mentre ens el mengem. Després es pot rentar a la rentadora o bé passar-hi un drap humit. El Boc'n Roll no pesa gaire i tampoc no ocupa molt espai i, com que substitueix els embolcalls rebutjables, fomenta la cultura de la reutilització i estalvi. Gràcies també a una bona distribució, el producte ja és utilitzat per més de 400.000 persones que es preocupen pel medi ambient i són moltes les llars que busquen la sostenibilitat en petits gestos com aquest.

Un embolcall per a tota la vida pel cost de només dos rotlles de paper d'alumini

Boc'n Roll

by

MARCADIFERENCIA

www.marcadiferencia.com
www.bocanroll.com

**O COM EMBOLICAR
L'ENTREPÀ
D'UNA FORMA
MÉS SOSTENIBLE**

Meritxell Hernández
GERENT DE MARCADIFERENCIA

Jordi Mas
GERENT DE MARCADIFERENCIA



Programa Hospital Amic

by

**HOSPITAL
SANT JOAN DE DÉU**
www.fsjd.org

**UN CENTRE
HOSPITALARI AMABLE
PER ALS MÉS PETITS**

Manel del Castillo
DIRECTOR GERENT HOSPITAL SANT JOAN DE DÉU

Maria Josep Planas
DIRECTORA DE PLANIFICACIÓ I QUALITAT
HOSPITAL SANT JOAN DE DÉU

El programa Hospital Amic vol aconseguir que els nens tinguin un entorn amable, encara que estiguin hospitalitzats

Els hospitals de Barcelona són pioners a Espanya en el camp de la medicina, però l'Hospital materno-infantil Sant Joan de Déu ho és, a més, en la implantació d'un model d'atenció centrat en la família. És el que anomenen Programa Hospital Amic.

Aquest model d'atenció segueix la Carta Europea de Drets dels Nens Hospitalitzats i actua en diversos nivells, procurant que l'estada del nen a l'hospital sigui el menys traumàtica possible. El primer pas és implicar i incorporar plenament les famílies dins el procés d'atenció mèdica. Que un dels dos pares pugui entrar al quiròfan fins que el seu fill estigui sota l'efecte de l'anestèsia, podria ser realitat d'aquí poc temps. De moment, però, ja estan presents a tots els altres procediments mèdics necessaris. També s'està treballant per tal que d'aquí uns anys la majoria de les habitacions dels nens siguin individuals i comptin amb un altre llit per al pare o la mare.

Una altra línia d'actuació important és la incorporació de professionals especialment formats en tècniques per afrontar situacions d'ansietat. Com els Pallapupes, que no són voluntaris que fan de pallassos, sinó actors professionals amb formació sanitària especial, entrenats per ajudar el personal sanitari en moments d'estrès emocional: posar un sèrum a un nen quan aquest està entretingut amb un Pallapupes és més fàcil. Altres professionals són els musicoterapeutes o l'especialista

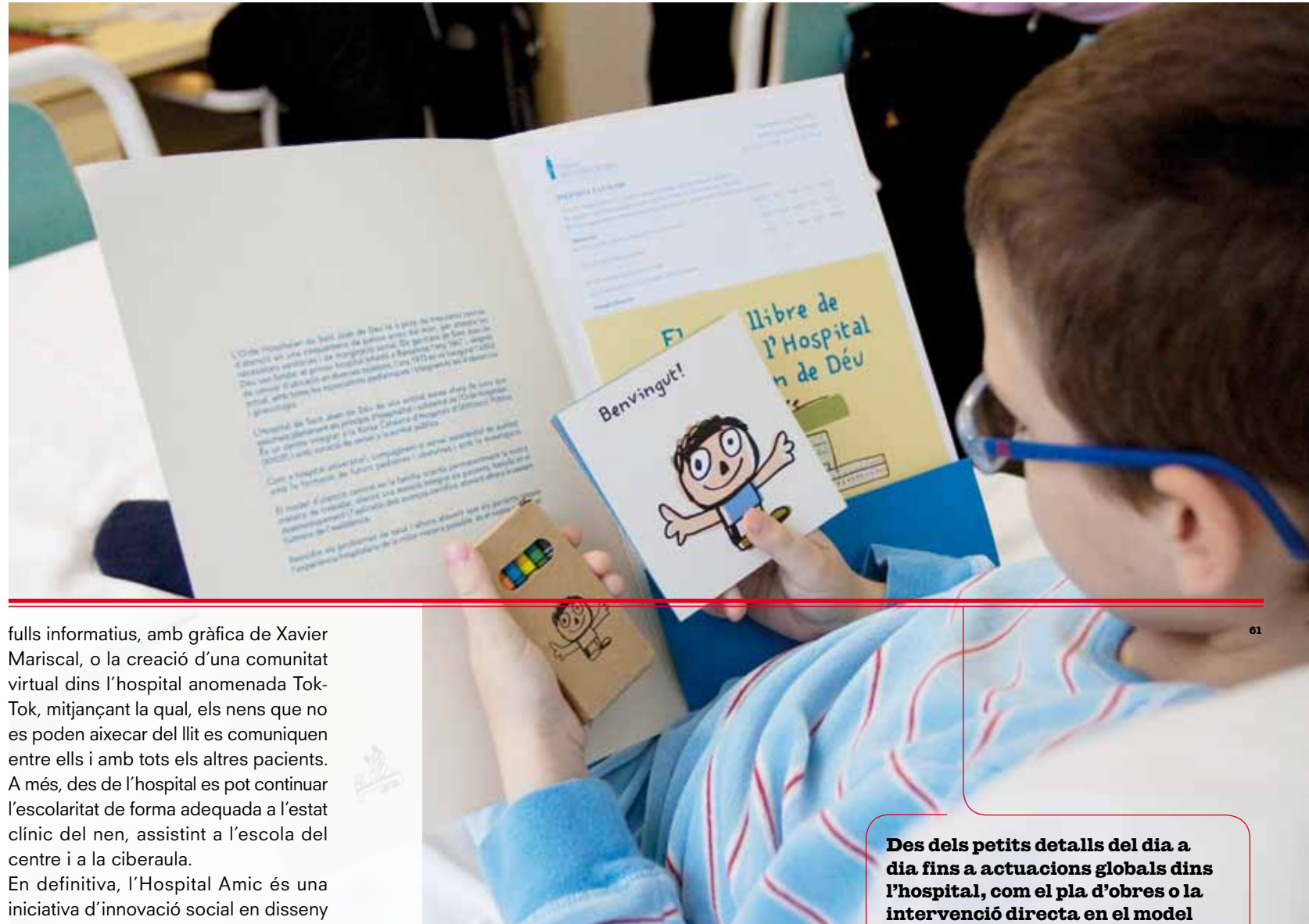
“Child Life”, un concepte arribat dels Estats Units i que l’Hospital Sant Joan de Déu ha acollit dins el seu programa. El rol d’un professional “Child Life” és, entre d’altres, detectar les pors dels nens i les famílies i dissipar-les o alleugerir-les, proporcionar espais d’expressió de sentiments i de suport emocional, afavorir els vincles afectius i fer augmentar la comprensió de les experiències viscudes dins l’hospital. Per aconseguir que tot això funcioni és bàsic que el programa formi part de la política institucional del centre i que, per tant, estigui suportat des de la Direcció. A més, és indispensable comptar amb un bon equip de voluntaris que recolzin totes les iniciatives.

L’hospital ha iniciat un pla general de reformes que resumeix la filosofia d’hospital pensat per als nens i les seves famílies. De moment, ha permès reformar les plantes d’oncologia, i salut mental infanto-juvenil. Els nous espais permeten passar de la visió tradicional que se centra en l’eficàcia funcional, al concepte d’equilibri entre la funció, l’estètica i el confort dels usuaris. Un hospital menys impersonal és una forma important de manifestar que l’atenció del centre està en el pacient i la seva família. Les noves plantes són alegres, amb dibuixos a les parets que estimulen l’interès visual, compten amb habitacions individuals i també amb espais d’esbarjo i lleure comuns, per als nens i els pares.

L’Hospital Amic també té en compte petits detalls com la comunicació i els

fulls informatius, amb gràfica de Xavier Mariscal, o la creació d’una comunitat virtual dins l’hospital anomenada Tok-Tok, mitjançant la qual, els nens que no es poden aixecar del llit es comuniquen entre ells i amb tots els altres pacients. A més, des de l’hospital es pot continuar l’escolaritat de forma adequada a l’estat clínic del nen, assistint a l’escola del centre i a la ciberaula.

En definitiva, l’Hospital Amic és una iniciativa d’innovació social en disseny de serveis que pot col·laborar a millorar les condicions psicològiques i sanitàries dels nens i nenes que han de ser hospitalitzats.



Des dels petits detalls del dia a dia fins a actuacions globals dins l’hospital, com el pla d’obres o la intervenció directa en el model assistencial, són els punts bàsics del programa



22@Barcelona sorgeix l'any 2000 com una iniciativa de l'Ajuntament de Barcelona per transformar 200 hectàrees de sòl industrial del Poblenou en un districte productiu innovador amb espais moderns per a la concentració estratègica d'activitats intenses en coneixement.

Per aconseguir aquesta fita, es crea un nou model de ciutat compacta, on les empreses més innovadores conviuen amb universitats, centres d'investigació, de formació i de transferència de tecnologia, així com habitatges, equipaments i zones verdes. I es defineix un nou model econòmic basat en el desenvolupament de cinc clústers sectorials: Media, TIC (Tecnologies de la Informació i la Comunicació), Energia, Disseny i Tecnologies Mèdiques, i en l'execució de diversos projectes estratègics que faciliten el creixement de les empreses, la creativitat, el networking, l'atracció i retenció de talent i l'accés a la innovació i la tecnologia, entre d'altres.

22@ URBAN LAB

www.22barcelona.com/urbanlab

**EL DISTRICTE,
UN ESPAI REAL
PER PROVAR
PROJECTES
INNOVADORS**

El 22@Urban Lab és un dels projectes de suport a l'estratègia d'innovació del 22@Barcelona i de la ciutat, ja que s'ofereix a empreses i entitats com un laboratori on poder posar en pràctica noves tecnologies i iniciatives d'aplicació urbana, col·laborant així a posicionar Barcelona com un referent en innovació, en tots els seus àmbits. L'Urban Lab es caracteritza per ser una "base de proves i pilots" de productes i serveis amb impacte urbà. Un espai de proves de necessitats no resoltes, innovadores i que beneficiïn els ciutadans.

Qualsevol empresa que compti amb un projecte innovador i que tingui un impacte directe en el funcionament de la ciutat pot proposar realitzar una prova pilot al districte. Aquestes propostes són estudiades per un comitè tècnic d'innovació que es reuneix i avalua els projectes segons uns criteris preestablerts, que fan especial èmfasi en el caràcter innovador de la idea i l'alineació d'aquesta amb les prioritats actuals de l'Ajuntament i amb els beneficis que comporta cap als ciutadans o al funcionament de la ciutat. El comitè està format per tècnics de l'Ajuntament que avaluen l'espai per a la prova pilot. La duració de les proves pilot acostuma a ser d'un any.

Seguint aquest model, alguns projectes ja han estat posats en funcionament, com la implantació de 12 punts d'enllumenat exterior públic Eco Digital amb tecnologia LED. També s'hi van instal·lar els primers punts de recàrrega per al vehicle elèctric, una prova pilot que permetia la gestió i anàlisi del sistema des d'un punt de control centralitzat.

Implantació de 12 punts d'enllumenat exterior públic Eco Digital amb tecnologia LED

22@Barcelona es converteix en un camp de proves per fer realitat projectes innovadors





Projecte d'ús de dues motos de propulsió elèctrica i solar (vehicle motosolar) per a la Guàrdia Urbana

Punt de recàrrega per a vehicles elèctrics



Diversos tipus de proves de carrils bici



El 22@Urban Lab és un impulsor d'innovació al districte 22@Barcelona

66



Càmeres de control de trànsit connectades per fibra òptica amb la central de via pública per controlar en temps real el trànsit. Es podrà augmentar o reduir la freqüència del verd en funció de les necessitats del moment.



Semàfors adaptats per a invidents

També s'han realitzat pilots de regulació semafòrica de forma automàtica en funció del trànsit, de semàfors adaptats per a invidents, de diferents carrils bici, fibra òptica fins a casa (FTTH), de lectura telemàtica de comptadors de gas, llum i aigua de més de 150 habitatges...

En conjunt, el 22@Urban Lab promou millores i respostes urbanes i dona l'oportunitat a les empreses locals de provar els seus projectes més innovadors en un entorn real, abans de ser aplicats al conjunt de la ciutat o en altres mercats.

67

Per tal de fomentar l'ús dels autobusos urbans, és important que el servei funcioni amb puntualitat i, si el trànsit ho permet, és útil saber quant de temps trigarà a arribar l'autobús. La Parada Solar d'Informació desenvolupada per l'empresa Capmar i dissenyada per l'Istituto Europeo di Design de Barcelona és un nou model de parada d'autobús que pot donar informació de la circulació dels busos en temps real. A més d'això, és totalment sostenible. Funciona únicament amb energia solar, estalviant així la costosa instal·lació de cables i reduint a zero el consum d'energia.

Ni tan aparatosa com les parades tradicionals, ni tan austera com els pals indicadors més senzills, la PSI vol optimitzar l'espai, els recursos i l'energia. La PSI està formada per dues columnes tubulars de ferro. La part superior acull el panell fotovoltaic, inclinat de tal manera que s'aprofita millor la radiació solar.

Parada Solar d'Informació

by **CAPMAR & IED BARCELONA**
www.capmar.es

**UNA PARADA D'AUTOBÚS
SOSTENIBLE, DE DISSENY
I TECNOLOGIA
INNOVADORS**

Nicolás Capablo
GERENT CAPMAR

Gerard Lorente

Rubén Oya

Erik Simons

Jaciel Reyes

DISSENYADORS DE LA PSI



Una parada d'autobús eficient i sostenible que altres ciutats espanyoles i internacionals volen també implementar

Un sistema sostenible que consumeix 72 watts en 24 hores i té una autonomia de 10 dies

Les pantalles se situen a la part frontal, a l'alçada de l'ull humà. Cada panell consta de dues pantalles, una amb la informació dels horaris dels autobusos i una altra amb informació d'interès ciutadà. Les pantalles funcionen amb un sistema de tecnologia de mòbil (GPRS) i un software creat per Capmar. Els autobusos envien un senyal de posició per satèl·lit (GPS) als servidors de les seves respectives companyies; Capmar recopila la informació sobre el temps i la posició i l'envia per Internet, actualitzant-la cada 30 segons. Per últim, la informació arriba a la parada i als usuaris.

Per la seva optimització i eficiència, la parada solar d'informació ha despertat l'interès de diferents ciutats de la resta d'Espanya i Europa. Durant el 2010 el Sistema d'Informació Solar s'implementarà a ciutats com Girona amb un disseny personalitzat de parada o també a Palma de Mallorca. Actualment s'estan realitzant prototips per a l'Agència Valenciana de Mobilitat i internacionalment s'està negociant amb ciutats com Pune (Índia) o Santiago de Xile. D'altra banda i paral·lelament al projecte de la PSI, Capmar ha dissenyat la primera Marquesina Solar d'Informació ja instal·lada al municipi de Molins de Rei. Capmar és una empresa familiar consolidada en la construcció d'estructures i façanes lleugeres i que també inclou un departament de mobiliari urbà. És des d'aquest departament, i juntament amb l'Entitat Metropolitana de Transport, on es va detectar la necessitat de millorar la informació a l'usuari en les parades d'autobús.

Un cop el projecte estava resolt tècnicament, i amb la voluntat d'incorporar el disseny en el projecte, Capmar va contactar amb l'Istituto Europeo di Design (IED). Amb l'ajut de quatre estudiants de disseny de producte i disseny de transport (Jaciel Reyes, Gerard Lorente, Rubén Oya i Erik Simons) es va dissenyar el model final de la PSI.

Cal destacar la importància d'aquesta experiència per potenciar les col·laboracions entre petites empreses i equips d'investigació i formació, ja que ambdues bandes se'n beneficien. Els alumnes de l'IED han pogut conèixer com és treballar amb un client empresarial i han seguit un projecte real de principi a fi. Per la seva banda, Capmar ha gaudit d'un equip professional i dinàmic que ha realitzat el disseny del producte. En conjunt, una solució interessant i estratègica per al mercat empresarial futur.

Finalment, l'última empenta per fer realitat la PSI va ser la supervisió i l'encàrrec de producció per part de l'EMT, que va proporcionar assessoria i control de tots els detalls tècnics. Amb tots aquests participants, la PSI s'ha convertit en un producte real que es pot veure als carrers de Barcelona i àrea metropolitana amb 100 parades en funcionament.

EL FUTUR DEL TRANSPORT ECOLÒGIC JA ESTÀ DISPONIBLE

L'ús de la bicicleta a l'entorn urbà és un fet cada vegada més comú, promogut per molts alcaldes de ciutats europees. Altres factors com la dificultat per aparcar, la pujada del preu de la gasolina, el trànsit dens, o la contaminació tant ambiental com acústica, fan que molts usuaris del cotxe decideixin optar pel desplaçament amb dues rodes. Però a vegades la bicicleta convencional no és adient per a tothom, ja sigui perquè s'han de recórrer distàncies molt llargues o perquè els terrenys són molt inclinats. El ciclomotor demana tenir permís de conducció i la circulació pot ser perillosa. Fins ara, la millor solució ha estat la bicicleta plegable, que es pot pujar al transport públic quan és necessari.

**Les E-Bikes són un
producte no de futur,
sinó d'un present
ecològic i sostenible**

E-Bikes

72

by

BICICLETES MONTY

www.monty.es

Ot Pi
DIRECTOR



73

Però si això d'agafar el metro a l'hora punta carregant una bicicleta encara no acaba de convèncer, poder combinar la força del cos amb un motor sembla la millor manera de solucionar les necessitats de cada persona o de cada moment. Fins ara, la majoria de bicicletes amb motor que s'han anat produint resultaven massa pesades per pedalar o poc potents per conduir. La bateria no durava prou i s'acabaven convertint en pesats elements a carregar. L'empresa Monty, després de sis anys d'esforços, presenta el que pot ser el transport urbà perfecte per a un futur sostenible. Les E-Bikes són bicicletes lleugeres amb motor que consumeix 46 vegades menys que un ciclomotor i és respectuós amb el medi ambient.

Les seves característiques principals són la seva adaptabilitat al medi urbà, el seu disseny atractiu, la fiabilitat mecànica d'una marca que porta vàries dècades dissenyant bicicletes, i la seva facilitat d'ús. Consta de quatre elements: un motor d'última generació de 250 watts de potència, un acumulador elèctric de gran capacitat, una unitat de gestió electrònica i un sistema d'assistència als pedals. El model plegable EF38 pesa menys de 17 kg i cap a qualsevol ascensor.

Els inventors són l'empresa familiar Bicicletes Monty, dirigida actualment per Ot Pi, dotze vegades campió del món de Biketrial. La història d'aquesta empresa en la fabricació de vehicles de dues rodes ja ve de llarg. El pare d'Ot Pi va ser el dissenyador tècnic de la firma de motocicletes Montesa, des d'on es van

fabricar els primers models de motos de trial. L'Ot va començar a practicar amb les motos del seu pare, però ben aviat va preferir les bicicletes. El 1983 neix Bicicletes Monty amb la fabricació i disseny de les primeres bicicletes de trial, inexistents fins aleshores.

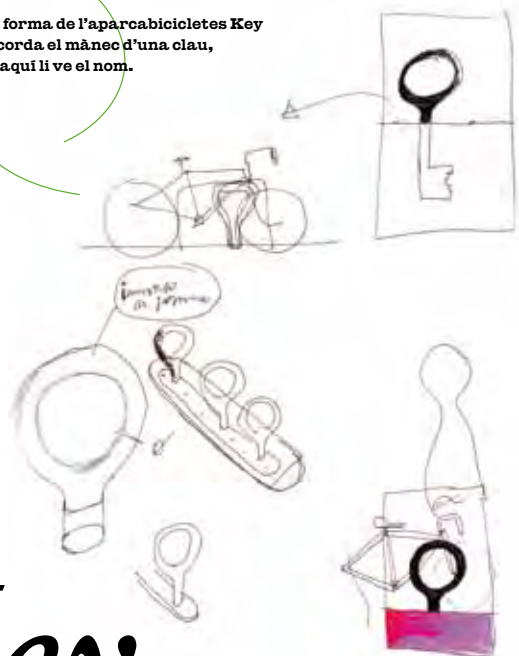
La firma catalana ha sabut adaptar-se als nous temps i ha anat evolucionant des dels seus orígens amb tots els tipus de bicicletes com BMX, dirt, folding, Urban, etcètera. La seva darrera proposta és aquest nou model elèctric, ideal per l'orografia de ciutats com Barcelona.

La velocitat mitjana de trànsit a la ciutat de Barcelona és de 20 km/h i les E-Bikes poden arribar fins als 25 km/h

Punts clau com la qualitat, fiabilitat, disseny i servei post-venta han aconseguit que les E-Bikes siguin una realitat a la nostra societat, i que hagi captat l'interès d'un ampli ventall d'usuaris



La forma de l'aparcabicicletes Key recorda el mànec d'una clau, i d'aquí li ve el nom.



Key

by

LAGRANJA + SANTA & COLE

www.lagranjadesign.com

www.santacole.com

**UNA SOLUCIÓ
INNOVADORA
PER APARCAR
LES BICICLETES**

Lagranja
DISSENYADORS

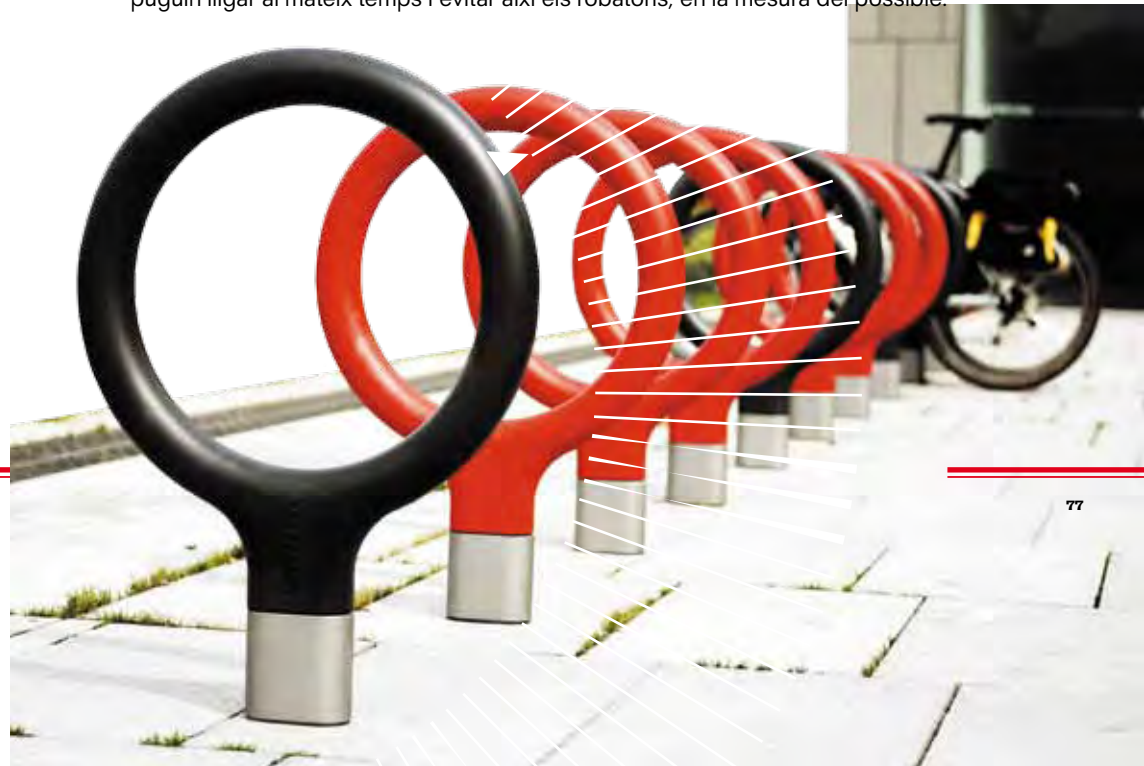


Javier Nieto Santa
PRESIDENT SANTA & COLE



L'aparcabicicletes Key és un element urbà pràctic i reconeixible dins el mobiliari de la ciutat. El seu disseny, firmat per Lagranja i editat per Santa & Cole, està pensat per tal que les bicicletes es puguin aparcar de forma més segura, més còmoda i més fàcil.

Key consta d'una ànima de perfils d'acer, molt resistent i durable, recoberta d'espuma de poliuretà, que protegeix la bicicleta dels cops que pugui rebre mentre està lligada. La mida de l'element superior permet que les dues rodes es puguin lligar al mateix temps i evitar així els robatoris, en la mesura del possible.



Aquests tres conceptes –resistència, suavitat i seguretat– constitueixen l'esperit del disseny i són els factors clau en l'èxit de l'aparcabicicletes Key. La forma de l'aparcabicicletes Key recorda el mànec d'una clau, i d'aquí li ve el nom.

Cal destacar que Lagranja, en la concepció del producte, va tenir en compte una clara estratègia d'ecodisseny, reduint els elements i materials utilitzats. Així doncs, podem dir que el valor del producte està en la simplicitat de les seves formes.



Key consta de tres parts diferenciades: la part no visible és l'ànima, formada per perfils d'acer, el que en garanteix la durabilitat. La base és de fundició d'alumini, que aguanta bé el contacte directe amb el paviment, resisteix les diverses condicions climàtiques i, a més, és reciclable. La tercera part és l'espuma integral de poliuretà d'alta densitat que recobreix l'ànima. La part visible pot ser en dos colors: vermell i gris antracita.

78

El cicle de vida de Key és molt llarg: s'instal·la molt fàcilment i no necessita manteniment. Això fa que sigui un estalvi important per a les administracions locals. El seu pràctic disseny permet variacions en la posició dels elements: es poden posar disseminats, en bateria, alineats, creant formes geomètriques... Tot un important ventall de possibilitats per als responsables del paisatge urbà. El reconeixement tant internacional com nacional avala la feina feta des de Lagranja i Santa&Cole: Key ha estat premiat internacionalment amb l'IDEA 2007 Bronze Award i amb el RED DOT Award 2008 en la categoria "Best of the Best". També ha rebut el Premi Ciutat de Barcelona 2008. Actualment, Key es pot trobar als carrers de Barcelona, Pamplona i Eivissa. A Barcelona es preveu que es vagin instal·lant per tota la ciutat.



Els materials utilitzats constitueixen un bon equilibri entre una forma suau i una bona resistència a les condicions climàtiques variables

Un disseny i producció eficients fan que Key sigui molt resistent i, per tant, un producte sostenible de llarga vida



Amb els residus recuperats de dos contenidors grocs es poden crear 100 plaques de material útil per als Elements de la Salut

Joc de l'oca. Són els Elements de la Salut

Elements de la Salut

by

**SALVADOR FÀBREGAS,
ALICIA ARTEAGA +
MICROARQUITECTURA**

www.microarquitectura.com

Alicia Arteaga
DISSENYADORA

Salvador Fàbregas
DISSENYADOR



**EQUIPAMENTS A L'ESPAI PÚBLIC
PER AJUDAR LA TERCERA EDAT
A MANTENIR-SE EN FORMA**

Fer exercici a l'exterior és molt agradable i econòmic. Sobretot si pensem en la gent gran que passa la major part del dia a casa. Els parcs i jardins són llocs de lleure i de socialització sobretot per als nens i jubilats. Poder jugar, reunir-se i gaudir de la poca natura que trobem a la ciutat són uns privilegis que s'haurien d'aprofitar al màxim.

Salvador Fàbregas i Alicia Arteaga, dissenyadors industrials amb força experiència en l'àmbit del mobiliari urbà, van començar a pensar en com fer un millor ús dels parcs i jardins urbans, moltes vegades entesos més com a escultures que com espais d'ús real. Amb aquesta idea van crear els Elements de la Salut, una col·lecció d'equipaments, produïts per Microarquitectura, per realitzar exercici sense monitor orientats a la gent gran (però aptes també per a totes les edats), un col·lectiu en augment, que cada vegada més utilitza l'espai públic per socialitzar i mantenir-se en forma.



Model Zig Zag

Aquests elements conviden l'usuari a practicar els exercicis que s'expliquen a les senyalitzacions, sense necessitat de cap entrenador ni màquines complexes com les que trobem en un gimnàs. Són exercicis simples, d'estiraments i coordinació, que fomenten la bona salut dels nostres avis.

Una característica molt important d'aquest mobiliari és la seva sostenibilitat i adaptació a l'entorn. El material utilitzat és plàstic 100% reciclat i reciclable, que es reconverteix en plaques planes i que són les que s'apliquen a tots els elements de les sèries. D'aquesta manera, s'utilitzen els mínims motlles possibles, cosa que suposa un estalvi important d'energia.

Agafant les plaques com a base dels elements, es poden crear àrees de mides diferents, ampliant-la i reduint-la segons l'espai disponible. Els elements estan pintats amb pintures respectuoses amb el medi ambient, però molt resistents a l'ús, a les condicions climàtiques i, sobretot, al vandalisme. Els elements són adaptables a molts entorns, i serveixen tant per a llocs exclusivament d'exercici com a parcs en general, fomentant l'oci i la sociabilitat.

Un equipament innovador pensat perquè la gent gran es mantingui en forma

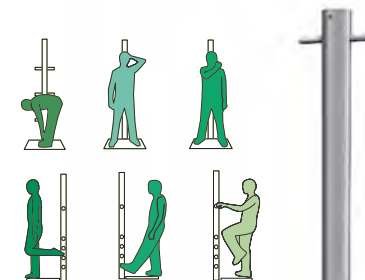


Model Rio

Exercicis de cames, peus, braços, caderes, orientació, estabilitat i coordinació són només algunes de les parts del cos i del sentits que es poden millorar utilitzant aquests equipaments. Aquest projecte ha estat assessorat i validat pel Col·legi de Fisioterapeutes de Catalunya, i inclòs a la xarxa de Compra Reciclat del Departament de Medi Ambient de la Generalitat de Catalunya.

Aquest tàndem creatiu ha dissenyat també, en la mateixa línia de treball, els Elements de Joc, una col·lecció on es recuperen jocs tradicionals com el tres en ratlla, la xarranca i fins i tot l'oca, al carrer.

Microarquitectura, per la seva banda, és una empresa de mobiliari urbà que dissenya, projecta, fabrica, instal·la i distribueix construccions modulars i pèrgoles. Els Elements de Salut formen part d'una de les sèries de mobiliari singular.



Model Columna



Model Dado





**EXPERIÈNCIES
PER ACOSTAR L'ÒPERA
A NOUS ESPAIS
I PÚBLICS**

El Gran Teatre del Liceu es va inaugurar al 1847 amb capital privat per la necessitat de crear un conservatori de música a l'època de plena expansió econòmica i demogràfica de la ciutat i també com a lloc de reunió d'una nova classe social que apareixia en aquell moment, la burgesia. Els temps han anat passant i ara és un teatre de referència internacional amb espectacles d'òpera, dansa, concerts i recitals a l'abast de tothom. Al 1994 va sofrir un incendi devastador, fet

la data s'han emès tres representacions en aquest entorn diferent. La primera va ser l'òpera *Norma* de Bellini, seguit d'un concert de Josep Carreras i per al 10è aniversari de la re-inauguració del Liceu es va escollir *Turandot* de Puccini, que també es va emetre als jardins del Palau Robert. El teatre també s'ha aventurat a apropar l'òpera als joves. La iniciativa "Òpera Oberta" dona a conèixer l'òpera formant-ne part del sistema curricular de diferents universitats d'arreu del món. El

iniciar la temporada 2002/2003 com un repte tecnològic que actualment es pot considerar plenament consolidat. Per últim, destacar la col·laboració del Liceu amb el festival DiBa 2009, en un esdeveniment pioner i únic al món, la retransmissió en directe i amb tecnologia 3D d'un fragment d'un assaig de l'òpera *Fidelio* de Beethoven a l'auditori de la Universitat Pompeu Fabra. Un repte tecnològic mundial que preveu el que serà una realitat en el cinema i la televisió.

Òpera al carrer

by

GRAN TEATRE DEL LICEU

www.liceubarcelona.cat

que va facilitar la seva remodelació física, estructural i de gestió i va passar a convertir-se en un teatre de titularitat pública. Al cap de cinc anys, el 1999, va tornar a obrir les seves portes per convertir-se en el "Liceu de tots". Es van promoure una sèrie d'activitats per anar acostumant a un públic més habituat a d'altres tipus d'espectacles com el cinema i la música. Una de les seves activitats més populars és el cicle "El Liceu a la platja". Fins

programa consisteix en la retransmissió en directe i via Internet 2.0 de cinc títols de la temporada del Liceu en unes condicions òptimes d'imatge i de so. El curs té valor acadèmic i les òperes s'emeten subtitulades en l'idioma corresponent en cada cas (català, castellà, gallec, portuguès o francès). De moment hi participen quaranta-dues universitats d'Espanya, França, Andorra, Portugal, Mèxic i Colòmbia. "Òpera Oberta" es va

**El Liceu col·labora
en la divulgació
dels últims avenços
en tecnologia
audiovisual**



86

LA VISIÓ INNOVADORA D'UNA MARCA PER IDENTIFICAR-SE AMB LA CIUTAT DE BARCELONA I EL PATROCINI DE LA SEVA VIDA CULTURAL

La història de Cerveses Moritz ha estat sempre molt lligada a la ciutat de Barcelona. Aquesta empresa de llarga tradició familiar ha sabut adaptar-se als gustos dels consumidors de cada època i ha optat per vincular-se molt estretament en la vida cultural i gastronòmica de la ciutat.

Els orígens de la cervesa Moritz es remunten a mitjans del segle XIX. El seu fundador, Louis Moritz, arriba el 1851 a Barcelona procedent de Pfaffenhoffen, localitat de la regió cervesera d'Alsàcia.

Després d'uns anys fent cervesa al Raval, el 1864 inaugura a la Ronda Sant Antoni la que seria la fàbrica de cervesa més gran de la ciutat durant molts anys.

MORITZ

www.moritz.cat

87



Moritz ha tret al mercat 4 tipus de cerveses: Moritz -la clàssica-, Aigua de Moritz -0,0-, Moritz Alfa -pensada per a l'alta gastronomia- i Moritz Epidor -la més forta-.

Albert Castellón
DIRECTOR GENERAL



La qualitat i reputació de Moritz es consolida al llarg dels anys, però als anys 70 la crisi del petroli afecta diversos sectors de l'economia i Moritz ha de plegar.

El 2004, els descendents de Louis Moritz, en concret, la cinquena i la sisena generació de la família, decideixen relançar la cervesa Moritz. Gràcies a la qualitat del seu producte, però també a unes campanyes estratègiques de patrocini i col·laboracions amb projectes relacionats amb la gastronomia, l'arquitectura, el disseny, la moda i la cultura en general, ha aconseguit fidelitzar un segment de consumidors seguidors d'aquests àmbits.

Un dels primers passos d'aquest relançament de la marca va ser encarregar al dissenyador America Sánchez l'adaptació de la imatge gràfica, redissenyant el llegendari logotip de la cervesa Moritz.

Fidels a una estratègia de vinculació amb la ciutat, són moltes les col·laboracions i activitats que Moritz ha promogut i recolzat: els Picnics al cel i la Fondue Alpina a Montjuïc, aperitius Moritz de Festa Major, cursos de cuina a la Boqueria, entre moltes altres activitats.

Altres accions que s'han pres són les col·laboracions amb ModaFAD o la rehabilitació de la Fàbrica Moritz, a la Ronda de Sant Antoni, projecte del reconegut arquitecte Jean Nouvel. El projecte arquitectònic combina la modernitat i l'estil amb la moderació que implica treballar sobre unes parets amb més de 140 anys de vida.



ModaFAD

**Jean Nouvel,
America Sanchez,
Bigas Luna,
són alguns dels
prestigiosos noms
que col·laboren
amb Moritz**

Espai Fàbrica Moritz. Entrega dels Premis Terenci Moix





L'edifici vol convertir-se en una enorme plataforma d'oci, restauració i cultura, que la família Moritz ha volgut recuperar i reinventar per a la ciutat de Barcelona. Aquest espai multifuncional rep el nom de Fàbrica Moritz. A més, la Fàbrica Moritz també acull el FoodCultura Museum, una iniciativa de l'artista Antoni Miralda.

Pel que fa a la línia de productes, Moritz fa un pas més en la consolidació del seu projecte com a innovador, amb la presentació de la seva línia de productes pensats per a l'alta gastronomia i desenvolupats amb la col·laboració de destacats xefs i gastrònoms del país.

**L'esperit de Moritz
representa un equilibri
perfecte entre tradició i
modernitat**

Festival i fira de videoart

by

LOOP

www.loop-barcelona.com

**UNA CITA INELUDIBLE
PER ALS AMANTS DE
LA IMATGE ARTÍSTICA
EN MOVIMENT**

Lluïa Homs
DIRECTOR DE LA FÀBRICA BARCELONA

Carlos Durán
PRESIDENT D'ART BARCELONA

Emilio Álvarez
DIRECTOR DE LA GALERIA ANGELS
BARCELONA

L'art audiovisual, mitjançant el vídeo, troba un format d'excel·lent riquesa que permet experimentar i crear noves expressions artístiques. La seva aparició vinculada a l'àmbit artístic va començar als anys 60, amb la comercialització de les càmeres de vídeo portàtil de Sony, fent possible l'experimentació dins de l'art conceptual i la televisió. Des de llavors el vídeo no ha deixat de guanyar força com a mitjà per explorar l'art actual. Cada cop més allunyat de les tendències que l'aproximaven a la publicitat o els vídeos musicals, el vídeo és un suport que permet explorar d'una manera simple conceptes estètics i teòrics amb gran bellesa.

La Fira LOOP es va crear l'any 2003 com a esdeveniment pioner especialitzant-se exclusivament en videoart i per cobrir la demanda d'un mercat artístic encara incipient en la comercialització d'aquest suport. Uns anys més tard, la fira es consolida com a punt de trobada de professionals del sector d'arreu del món.



Actualment, LOOP consta de tres elements complementaris que són el festival, la fira, i el fòrum de debat. El Festival LOOP és un esdeveniment cultural, i perquè no, festiu, per a tota la ciutat de Barcelona que involucra des de les principals institucions artístiques de la ciutat, galeries, centres cívics, fins a bars, botigues i restaurants. Durant el temps del festival, es pretén fer arribar al públic general una selecció comissariada d'obres mitjançant exposicions, projeccions i seminaris. LOOP es converteix, d'aquesta manera, en una plataforma de plataformes, implicant al mateix temps artistes, comissaris, col·leccionistes, galeries, universitats, centres d'art, distribuïdors, festivals i un gran nombre de persones i entitats diverses.

La Fira LOOP constitueix la part comercial del conjunt. Amb la intenció de crear un ambient intimista i adient per a la mostra dels vídeos, la fira sempre s'ha celebrat a un hotel on cada habitació representa una de les 40 galeries que participen a la fira, el que fomenta un tracte proper entre galleristes i visitants. Cada galeria presenta un vídeo projectat sobre el llit, la banyera o dins els armaris, promovent també d'aquesta manera, un entorn diferent del cub blanc on normalment acostumem a veure aquestes peces.



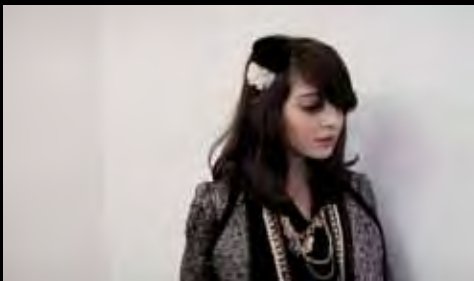
LOOP situa Barcelona al mapa internacional de la creació audiovisual

Cada any passen per la fira i el festival prop de 1000 vídeos, des de joves artistes locals fins a grans figures de la imatge en moviment com Harun Farocki, Michael Snow o Johan Grimonprez.

Per últim, el Fòrum de debat serveix per fer una reflexió en profunditat sobre les teories i tendències actuals del videoart. El futur d'aquest mitjà, la seva relació amb altres disciplines i la seva distribució són temes importants per als professionals, però que també serveixen per familiaritzar el públic general amb aquest art.

LOOP no només és actiu durant algunes setmanes cada primavera sinó que continua la seva tasca de divulgació del videoart durant tot l'any amb col·laboracions a festivals internacionals i conferències especialitzades, creant vincles que van més enllà del festival.

Fira LOOP 2010
Galerie Reinhard Hauff
Julika Rudelius, *Dressage*, 2009



Festival LOOP 2010
CaixaForum - Mediateca
Clemens von Wedemeyer,
Otjesd, 2005



Els tres directors darrere d'aquest esdeveniment són personatges vinculats a la promoció de l'art contemporani de Barcelona: Emilio Álvarez, director de la Galeria Àngels Barcelona i de la galeria de disseny Roomservice; Carlos Durán, director de la Galeria Senda i de l'Espai 2NOU2, també des de 2005 és president d'Art Barcelona, l'Associació de Galeries d'Art Contemporani de Barcelona, i Lluçia Homs, galerista i director de diverses empreses culturals, actualment és responsable de La Fàbrica Barcelona.

Festival LOOP 2010
Le Meridien Barcelona
Marcus Kreiss, *Cortina*, 2000



Festival LOOP 2010
Casa Àsia
Laila Manonelles/César Merino:
Dones artistes a la Xina



Festival LOOP 2009
Capella MACBA
Johan Grimonprez, *Double Take*, 2009



El festival és un referent mundial del videoart i han estat convidats a presentar-lo a Oslo, Utrecht i altres ciutats d'arreu del món

Il·lusió, inconsciència i passió són els ingredients bàsics de la recepta que han fet que una petita empresa barcelonina hagi arribat a pujar a l'escenari del Kodak Theatre a recollir un Òscar als millors efectes especials d'*El Laberinto del Fauno*.

DDT es dedica des de 1991 a crear efectes especials de maquillatge: les seves mans poden fer-te semblar 50 anys més vell, simular que estàs embarassada, convertir-te en un monstre esgarriós o en una espectacular sirena... DDT són actualment David Martí i Montse Ribé, però quan van començar eren David Martí, David Alcalde i Tato Pons. Aquests dos últims van deixar l'empresa i la Montse s'hi va afegir el 1993.

El laberinto del fauno

by

DDT
EFFECTES ESPECIALS
www.ddtsfx.com

**UNS EFECTES
ESPECIALS D'ÒSCAR**

David Martí

DIRECTOR D'EFECTES ESPECIALS DE MAQUILLATGE
I DEL DEPARTAMENT D'ANIMATRÒNICS

Montse Ribé

COPROPIETÀRIA DE L'EMPRESA



**DDT experimenta
i porta fins al límit
les possibilitats
dels efectes
especials no
digitals**

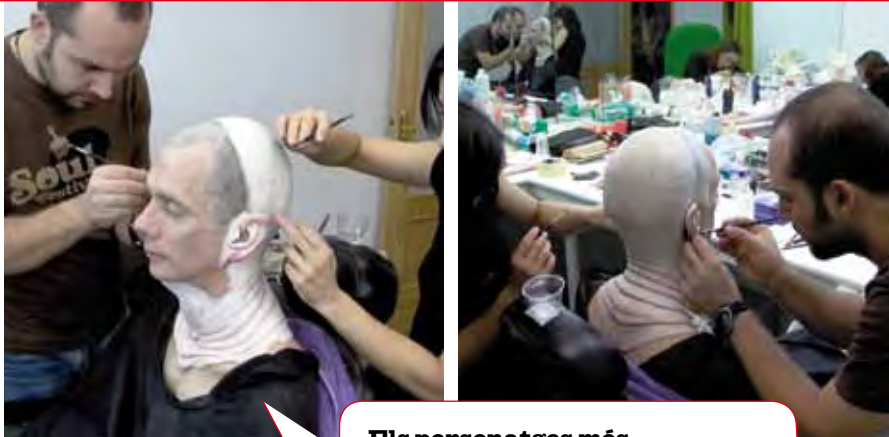
Des del principi es van voler especialitzar en efectes per a la gran pantalla, però el cinema espanyol de fa vint anys era sobretot comèdies i drames familiars, amb molts pocs efectes de maquillatge, i els potents estudis d'efectes especials nord-americans i britànics no facilitaven l'entrada d'una petita empresa estrangera i a més novella. Així doncs, durant un temps es van dedicar a la publicitat, esperant la seva oportunitat.

Treballar per a clients com xiclets Trex o Liberto Jeans els va permetre experimentar amb materials i tècniques i començar-se a fer un nom dins del món audiovisual. Així, al cap d'uns anys els va arribar el primer llargmetratge important de la mà de Jaume Balagueró, un director de cinema novell com ells, amb qui van tenir molt bona sintonia. Una nova generació de directors entrava en escena i, amb ells, noves necessitats de professionals: DDT va començar a rebre encàrrecs de gent com Daniel Monzón, Àlex de la Iglesia, i directors més consagrats com Pedro Almodóvar i Miguel Bardem.

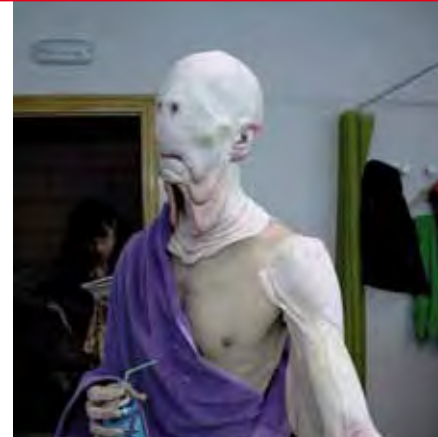
El salt internacional els va venir de la mà sobretot de Guillermo del Toro que, abans de fer *El laberinto del fauno*, ja havia treballat amb ells a *El espinazo del diablo*. DDT començava a sonar entre els directors i productors de cinema internacionals. I, tot i que els nord-americans continuen essent els més forts en efectes especials, sempre hi ha algú que busca un estil diferent, o bé hi ha pel·lícules nord-americanes que es roden a Europa i Barcelona queda més a prop. És el cas de *Hellboy*, per exemple, per a qui DDT va crear el maquillatge de Kroenen, el personatge protagonista.

El cas de *El Laberinto del fauno*, el treball que els donaria un merescut Òscar, fou un cas atípic dins les feines de l'estudi i és que DDT va poder treballar en el personatge des d'un bon principi. L'aspecte del faune va anar sorgint després de moltes converses i intercanvis de dibuixos entre Guillermo del Toro i el David i la Montse. Una col·laboració intensa que va donar lloc a uns efectes espectaculars i que van captivar el mercat nord-americà, segurament pel seu estil diferenciatiu.

DDT treballa sobretot amb tres tipus d'efectes: el maquillatge especial, també conegut com a caracterització o maquillatge de pròtesi, amb el qual s'aconsegueixen efectes reals (una panxa d'embarassada de *Mar Adentro*, talls al cos, ganivets clavats) com fantàstics (el nen fantasma de *El espinazo del diablo*). Un altre efecte són els animatrònics, rèpliques tant d'animals com humanes animades mitjançant mecanismes interiors. I per últim, treballen els ficticis, rèpliques exactes d'un cos humà, i que s'acostumen a utilitzar per simular el cos mort de l'actor. Però el que cal destacar és que tot el seu treball és artesanal, real, sense efectes digitals tan presents al cinema actual. Els materials utilitzats més sovint són la silicona, l'espuma de làtex, la fibra de vidre i el guix. I què es pot fer quan ja s'ha guanyat un Òscar i el reconeixement de tot el món especialitzat? Doncs seguir treballant de valent, tant en cinema com en publicitat, experimentar, innovar i no parar mai de buscar nous reptes.



Els personatges més fantàstics del cinema actual es fan a Barcelona



Quantes vegades hem demanat recomanacions musicals a amics, llegit revistes o preguntat a un botiguer malhumorat sobre aquell grup que ens agrada tant? L'equip d'enginyers de BMAT intenta estalviar-nos la feina amb un nou software anomenat ELLA. ELLA és capaç d'analitzar i interpretar la música com ho faria un ésser humà. El secret està en combinar les característiques musicals que s'extreuen pel processament del senyal musical (estat d'ànim, ritme, instrumen-

tació, tonalitat, qualitat de producció), amb la informació editorial (títol, artista, any). I finalment hi afegeix informació de blogs, playlists i altres recomanacions dels usuaris virtuals. Amb tot això, ELLA descriu una col·lecció de més de 9 milions de cançons. Pocs temes se'ns poden escapar quan fem una recerca sobre música "que sona com Caetano Veloso" o "música tranquil·la per a un llarg viatge en carretera". Una sèrie d'algoritmes desenvolupa-

ats durant vuit anys han permès l'aparició d'aquest nou software intel·ligent que té en compte l'estat d'ànim del moment de la persona que l'escolta. Una de les aplicacions d'ELLA més recents és BodiBeat, un reproductor mp3 portàtil produït per



Ella

by **BMAT**
www.bmat.com

**UN SOFTWARE
DE RECERCA I
RECOMANACIÓ
MUSICAL PROPER
A LES ELECCIONS
DE LA MENT
HUMANA**

Pedro Cano
DIRECTOR TECNOLÒGIC

Àlex Loscos
DIRECTOR EXECUTIU

Salvador Gurrera
DIRECTOR FINANCER



Yamaha amb un sistema integrat que medeix els batecs del cor. BodiBeat utilitza el software creat per BMAT per sincronitzar la música amb la teva passa quan corres: l'aparell disposa d'un acceleròmetre que detecta el ritme de fúting i és el que el fa coincidir amb la música que escoltes. Així, si estem fent un exercici cardiovascular fort, les cançons que ELLA reproduirà seran cançons de ritmes forts i major velocitat; en canvi, si estàs fent un exercici suau, la música serà més tranquil·la i lenta. Els batecs del cor es medeixen per detectar una possible baixada del ritme i evitar que l'acceleració sigui excessiva. La música et motiva a moure't i un canvi de música t'anima a continuar l'exercici o baixar el ritme si és necessari.

L'empresa BMAT es va crear el 2006 a partir del Grup de Recerca de Tecnologia Musical de la Universitat Pompeu Fabra. Els emprenedors Àlex Loscos, Pedro Cano i Salvador Guerra van començar al viver de Barcelona Activa, una petita oficina amb uns grans altaveus i avui compten amb 20 joves investigadors de tot el món. Al 2009 van guanyar el primer premi de la Global Entrepreneurship Competition del congrés HIT Barcelona.

Els principals clients de BMAT són discogràfiques, editorials, botigues de música, plataformes

de distribució digitals i entitats de gestió de drets, entre els quals hi ha empreses com Intel, Yamaha, Telefonica, AGB Nielsen, Gestmusic, IMusica entre altres. A part d'ELLA, BMAT també ha desenvolupat altres productes com Skore (càsting virtual que qualifica la teva actuació, que es va utilitzar en el procés de càsting del programa televisiu Operación Triunfo) i Vericast (un servei de monitorització

de continguts musical, desenvolupat a partir de la seva pròpia tecnologia de reconeixement d'àudio, una de les més avançades solucions de reconeixement d'àudio del món).

BODIBEAT sincronitza automàticament el ritme de la música amb el moviment del cos





Striker Manager

by

U-PLAY STUDIOS

www.uplaystudios.com



**UN JOC DE FUTBOL ONLINE
AMB MÉS DE 200.000 USUARIS
REGISTRATS**

El somni de qualsevol boig del futbol. Amb Striker Manager només cal que tinguis connexió a internet per convertir-te en president d'un equip de futbol des del teu ordinador. Podràs fitxar jugadors, vendre'ls, i mantenir una cantera, tot això sense maldecaps reals ni milions en joc. Una altra manera de compartir i gaudir del futbol.

Els creadors d'aquest joc virtual són U-Play Studios, una petita empresa fundada el 2007 per un grup de joves emprenedors que van decidir unir la seva il·lusió per intentar trobar un lloc en un mercat competitiu i evolucionat tecnològicament com és el dels videojocs. La formació de cadascú va des de la programació, al disseny i la comunicació. També col·laboren amb Llacuna Innova, una empresa dedicada al desenvolupament de software i tecnologia online, telecomunicacions i I+D. Igual que U-Play Studios, Llacuna Innova és una empresa jove i emprenedora que va iniciar la seva activitat a la incubadora d'empreses de Barcelona Activa.



Un videojoc online d'última tecnologia amb la lògica dels grans equips de futbol



Un joc creat a Barcelona que arriba als ordinadors de tot el planeta

El joc és senzill per a principiants i es va complicant a mesura que s'adquireixen coneixements i augmenten les possibilitats. Fins i tot es poden controlar tots els aspectes relacionats amb la gestió del club, des de les finances (contractació de patrocinadors, ofertes de televisió per retransmetre el partit, controlar els ingressos i les despeses, etcètera), passant per l'alineació, fitxatges, fins i tot la remodelació de l'estadi i creació d'escoles de futbol a diverses parts del món per tal de formar una bona cantera i acabar tenint bons jugadors. Es pot jugar gratuïtament però també hi ha l'opció d'invertir diners (virtuals, anomenats "pilotes d'or"). Però alerta! Els altres usuaris del joc no et facilitaran les coses. El teu equip haurà de competir en una lliga d'equips igualment preparats, jugant des de partits amistosos fins a campionats del món. El joc transcorre en temps quasi "real". Els partits es juguen a les hores indicades i tenen una duració de noranta minuts. Cada setmana de temps real, dins el joc són tres jornades de lliga.

Amb l'Striker Manager cadascú pot posar en pràctica aquelles idees i consells que donaria als dirigents del seu equip preferit, fins i tot, qui sap si ja algun entrenador o directiu l'utilitza per aplicar-ho a la seva feina. De moment, amb cada cop més seguidors, l'Striker Manager de U-Play Studios apunta un futur prometedor.

I per si l'èxit de seguidors no fos prou garantia del seu valor, els premis rebuts l'avalen ja que Striker Manager fou escollit Millor Joc Web d'Espanya als Premis Desarrollador_ES 2009, a la Campus Party de València.

U-Play Studios també ha desenvolupat altres jocs de simulació de gestió esportiva com el Pro Basketball Manager, que permet convertir-se en el president d'un club de bàsquet en el teu PC i l'International Basketball Manager, que és el "germà" de l'Striker Manager, però amb bàsquet, i compta amb llicències d'Euroleague, les millors lligues europees i ACB.

Disseny de la informació

108

by

CASES i ASSOCIATS

www.cases-i-assoc.com

EL DISSENY DE NOTÍCIES, MÉS ENLLÀ D'UNA ELECCIÓ DE TIPOGRAFIA



Diseño de la noticia, Designing News
Publicació dels projectes de Cases i Associats
Editorial Sol90, Barcelona, 2010

Cases i Associats és un estudi de comunicació de Barcelona, amb seus a Buenos Aires i Miami, especialitzat en informació periodística. Amb clients en més de 30 països, desenvolupa projectes en suports electrònics i en paper, com la creació i redisseny de diaris i revistes, organització de redaccions, webs i aplicacions per a mòbils i *tablets*.

Va començar la seva activitat fa més de 20 anys amb el concepte i disseny de publicacions en paper i en l'actualitat s'ha convertit també en una referència mundial en el disseny de productes informatius digitals.

Cases i Associats ha dirigit els processos de creació o renovació de més de 100 capçaleres a Europa i Amèrica Llatina. Entre els seus clients es troben diaris tan prestigiosos com *The Independent* (Regne Unit), *Corriere della Sera*, *La Stampa* i *L'Unità* (Itàlia), o bé *Gazeta Wyborcza* (Polònia), *Hospodárske Noviny* (República Txeca), *Gazet Van Antwerpen* (Bèlgica), *Clarín* (Argentina), *O Estado de S. Paulo* (Brasil), *El Comercio* (Perú), *El Observador* (Uruguay), *Diario de Notícias* i *Jornal de Notícias* (Portugal) i *El Periódico de Catalunya* i *Público* (Espanya).



Un estudi creat a Barcelona es converteix en referència mundial en el disseny periodístic

68-PAGE NEWSPAPER PLUS THE UNIQUE 20-PAGE

THE INDEPENDENT

SINCE 1986 FREE FROM PARTY-POLITICAL TIES | FREE FROM PROPRIETORIAL INFLUENCE



Sack Goldman Sachs

Ministers urged to bar bank from government contracts

Anger at allegation that RBS was victim of fraud

ALREADY REeling from allegations that it defrauded clients, Goldman Sachs was last night facing another threat to its business as pressure mounted on ministers to sever contact with the giant US investment bank. Goldman Sachs is fighting charges levelled

by US regulators relating to its marketing of mortgage-backed securities. The claims have proved particularly acute in Britain, where one of the principal alleged victims was RBS, which is part-owned by British taxpayers. Yesterday, Vince Cable led the calls for the

Government to end its relationship with the bank, which advises on debt issuance and is angling for a share of the £600 billion paid for the future privatisation of Northern Rock.

COVER STORY: PAGES 2 & 3

També són els responsables de la creació de diaris esportius (*Lance!*, a Brasil i *Olé* a Argentina), i del redisseny de *La Gazzetta dello Sport* (Itàlia); diaris econòmics (*Il Sole 24Ore* d'Itàlia i *Vedomosti* de Rússia); gratuïts (*DePers* d'Holanda, *La Razón* d'Argentina, *Adevarul Seara* de Romania, i *ADN* a Espanya), i populars (*Daily Mirror* al Regne Unit, *Super* a Brasil i *Trome* a Perú).

L'activitat de Cases i Associats, que inclou la concepció d'un nou mitjà imprès o el redisseny d'un mitjà que ja existeix, permet treballar a fons tots els aspectes, des de l'anàlisi dels continguts, la seva disposició, la navegació de les pàgines, el disseny gràfic i la tipografia. A més a més, tot això pot implicar una reestructuració de les sales de redacció, canvis en l'organigrama de les seccions, els fluxes i els sistemes de treball, l'optimització de la preimpresió i la impressió, etc.

Cases i Associats inicià fa 10 anys l'adaptació de la informació al mitjà digital. S'ha especialitzat en crear i renovar espais web vinculats a diaris i grups de comunicació, on s'apliquen plantejaments globals del producte periodístic, però amb el llenguatge i enfocament específics que exigeix la informació multimèdia. Alguns exemples són els treballs realitzats per a *Corriere della Sera* en la seva versió web: *corriere.it* o bé l'agència Ansa (*ansa.it*) a Itàlia, *clarin.com.ar* i *ole.com.ar* a Argentina, *mirror.co.uk* al Regne Unit, diverses webs del Grup Adevarul a Romania, *prensalibre.com* a Guatemala, i *O Estado de S. Paulo* (*estadao.com.br*) i *Lance!* (*lancenet.com.br*) a Brasil, entre d'altres.



Celler Ferrer Bobet

by

**ESPINET/UBACH
ARQUITECTES**

www.espinet-ubach.com
www.ferrerbobet.com

**ARQUITECTURA
MODERNA
ANCORADA
ENTRE
LES VINYES DEL
PRIORAT**

Antoni Ubach

Miquel Espinet



La comarca del Priorat, al cor de les terres tarragonines, gaudeix d'una història vinícola que es remunta al segle XII. La seva orografia accidentada, "cataclis-màtica" en paraules de Josep Pla, és una successió de terrasses cobertes de vinyes amb escasses construccions de pedra, amb boscos de pins i alzines, que defineixen el paisatge on es troba la propietat de les bodegues Ferrer Bobet. Encarregats de plantejar un nou celler en aquesta regió, els arquitectes Miquel Espinet i Antoni Ubach van decidir treballar en consonància amb el terreny que els envoltava. D'entre els diversos emplaçaments possibles, uns paràmetres van ser decisius en la presa de decisió: el pendent, la proximitat de les vinyes, l'impacte en el paisatge i la facilitat d'accés. Així, es va escollir una terrassa envoltada de vinyes i amb una visió panoràmica de 360 graus, des de la qual es veu tota la propietat.



Al plantejament inicial, similar al d'altres bodegues amb una producció semblant, s'hi afegixen altres elements innovadors, de caràcter enològic, que introdueixen reptes interessants al projecte: el procés d'elaboració del vi havia de ser íntegrament per gravetat, sense ajudes mecàniques ni sistemes de bombeig.

Un cop estudiats el programa i les condicions, els arquitectes van plantejar una construcció ancorada al terra, amb un volum enfonsat destinat als espais d'elaboració del vi i a les instal·lacions tècniques. Des del volum superior, amb els espais d'accés, el procés d'embotellament i expedició, i la sala de visites,



L'edifici està equipat amb la tecnologia més avançada per a l'elaboració del vi

es pot gaudir del paisatge espectacular. Els materials utilitzats en l'edifici són afins als processos vinícoles com la fusta de roure, el formigó i l'acer inoxidable. La proposta d'Espinet-Ubach pretén ressaltar la volumetria de la nova edificació per destacar-la del paisatge. La forma de l'edifici en punta de fletxa segueix l'orografia del terreny, arrodonida en un voladís sobre els barrancs. Vidres curvats de protecció solar tanquen la sala polivalent i de visites.

Miquel Espinet i Antoni Ubach formen una de les parelles més sòlides de l'arquitectura catalana dels últims 30 anys. L'estudi Espinet-Ubach es va fundar l'any 1976 i des de llavors han tingut una producció versàtil i emblemàtica de projectes residencials, administratius, universitaris i de serveis, com la Biblioteca i Hemeroteca de la Universitat Autònoma, la reforma de l'Escolania de Montserrat o l'Escola Eina. La seva arquitectura és moderna però sense concessions a les modes, amb sensibilitat funcional i atenció a les noves tecnologies constructives.

El punt clau del projecte va ser la manera de respondre amb l'arquitectura a un repte funcional de la indústria vinícola, en un paisatge característic

Sistema Denota

by

RODRIGO PINTOS

**L'APLICACIÓ
DEL DISSENY
AL LLENGUATGE
MUSICAL**

Rodrigo Pintos

La representació gràfica musical sempre ha estat extremament complicada: notes, claus, línies addicionals, figures, compassos... un sistema tan complex que ningú no s'ha atrevit a modificar-lo des que es va inventar al segle XVIII. A part d'això, al voltant de les cinc línies del pentagrama, no només es representa la successió de sons (i silencis) que formen una melodia, sinó també altres aspectes com la seva duració i caràcter. Però si pensem en la quantitat de canvis i innovacions tipogràfiques que s'han fet amb el llenguatge verbal, ja era hora de posar el sistema de notació musical al mateix nivell.

Rodrigo Pintos, un estudiant de disseny de l'escola Eina, s'ha atrevit a presentar una nova proposta de llenguatge musical com a projecte de final de carrera. I tot això sense tenir coneixements de solfeig.

El sistema de Pintos no té reminiscències cal·ligràfiques d'altres èpoques, sinó que intenta geometritzar i racionalitzar el sistema per tal d'aconseguir un grafisme més simple i harmoniós. Els caps ovalats es converteixen en cercles, les corbes dels claudàtors passen a angles rectes, les claus corresponen a la lletra que representen i el gruix del pentagrama es redueix. Més enllà d'allò formal, s'eliminen les línies verticals (pliques) a les figures enllaçades i es canvien les ubicacions de les alteracions. Això permet reduir l'espai en la longitud de la partitura i per tant el paper necessari per reproduir-la.

En un primer moment, quan va començar a mostrar una proposta tan innovadora als especialistes del món de la música, el miraven amb desconfiança. De manera contrària, va sorprendre gratament el món del disseny i li van atorgar un dels sis Grand Laus, els prestigiosos premis de disseny que dona el FAD (Foment de les Arts Decoratives), a l'edició del 2009.

De moment aquest sistema funciona perfectament amb partitures senzilles i cal perfeccionar-lo per a sistemes més complexos. És un projecte d'escola, una idea que obre una interessant via d'investigació, amb un gran futur per davant.

ZWEI SONATINEN

Moderato Kinsky-Hahn Anh. 57)

1.

The first system of the musical score for 'ZWEI SONATINEN' is shown. It features a treble and bass staff in G major, 3/4 time. The tempo is 'Moderato'. The first measure is marked with a 'p' (piano) dynamic. The score includes various musical notations such as eighth and sixteenth notes, rests, and bar lines.

TWO SONATINAS

Moderato Kinsky-Hahn Anh. 57)

The second system of the musical score for 'TWO SONATINAS' is shown. It continues the piece with similar musical notation. A 'p' (piano) dynamic is indicated in the third measure. The score is presented in a clean, black-and-white format.

ROMANZE

The first system of the musical score for 'ROMANZE' is shown. It features a treble and bass staff in G major, 3/4 time. The tempo is 'Moderato'. The score includes various musical notations such as eighth and sixteenth notes, rests, and bar lines.

La racionalització geomètrica
de les notes musicals
substitueix el sistema existent

Alex Trochut és un dels dissenyadors i il·lustradors més internacionals del moment. La seva creativitat no té límits, i l'avalen clients com British Airways, The Rolling Stones, Nike, Saatchi & Saatchi i *The Guardian*, entre molts altres. Tan reconegut és el seu treball tipogràfic que Zip Design, un estudi de Londres, va encarregar-li el disseny de les lletres per a la portada d'aquest recopilatori dels Rolling Stones per a Universal Records.

El jove dissenyador (Barcelona, 1981) té un estil molt personal, els seus treballs destaquen per un excel·lent tractament tipogràfic, unes acurades il·lustracions, i la impecable manera de fusionar els dos camps.

Rolled Gold +

by **ALEX TROCHUT**

www.alextrochut.com

**UN BRILLANT
EXERCICI TIPOGRÀFIC
PER A LA COBERTA
D'UN ÀLBUM DELS
ROLLING STONES**

Alex Trochut



La filosofia creativa de l'Alex Trochut es caracteritza per experimentar fins al límit amb la tipografia, explorar les possibilitats que cada lletra ofereix. Però aquesta manera de treballar també s'aplica a la resta de treballs que porten la seva firma: pòsters, anuncis, logos i un llarg etcètera. "Més és més" és el seu lema, traduït en produccions riques en detall i elegància, però contingudes i controlades. La vocació tipogràfica li ve de família: el seu avi, Joan Trochut, fou qui va crear el sistema modular SuperTipo Veloz el 1942. Bastants anys més tard, el seu nét, Àlex, i Andreu Balius, van realitzar per a Typerepublic una versió digital d'aquesta tipografia, interpretant amb màxima fidelitat els originals de Joan Trochut.



**Tipografia
amb personalitat
de rock'n'roll**

Tipografia Neo Deco, dissenyada per a
Hype for Type. El resultat és una font
per fer servir a mida enorme.

124



125

THE DECEMBERISTS
WITH BLIND PILOT

AUGUST 10, 2009 • W.L. LYONS BROWN THEATRE • LOUISVILLE, KY

Les joies de Monzó han sortit publicades a revistes dels cinc continents i s'han exposat als museus més prestigiosos

A les mans de Marc Monzó, res no és evident. Des que va començar al taller de joieria de l'Escola Massana, va percebre les possibilitats expressives de l'ofici, no per fer productes elitistes sinó per experimentar amb la precisió d'una tècnica mil·lenària.

La col·lecció *Sun* és una sèrie de penjolls d'or que qüestionen l'estatus, el valor i l'essència decorativa d'aquest material. La manera com s'han fet aquestes peces té un gran significat, ja que una vegada laminat i polit el metall, Monzó el treballa utilitzant com a eines els elements que normalment tenim en un escriptori: retalla l'or amb tisores per a paper i utilitza el compàs o un regle per marcar la superfície.

Aquest treball precís, com un escultor que fa miniatures, és la base del Marc Monzó joier.

Quan pensem en la història de l'or, imaginem grans joies al voltant dels colls dels faraons egipcis i reis de les civilitzacions precolombines. Monzó utilitza aquests mateixos conceptes però amb un resultat totalment diferent. Contràriament a la joieria tradicional, on es dona valor a l'ornamentació i al pes, utilitza làmines extremadament fines de 0,08 mil·límetres de gruix. El fet de ser plegades mecànicament com una peça de paper, dona un caràcter gràfic molt potent semblant als raigs del sol, que a la vegada adquireixen graus de reflexos i tonalitats interessants visualment. Tot i la seva finesa, no



Un món material de formes, materials, colors i objectius més enllà del que veiem com evident i familiar.

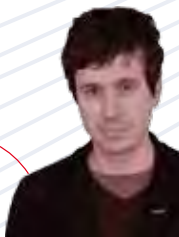
Sun

by

MARCMONZÓ

www.marcmonzo.net

Marc Monzó



**L'OR
TREBALLAT AMB EINES
D'ESCRITORI**

són elements fràgils sinó que, com el sol, gaudeixen d'una potència imperceptible.

El procés de realització, amb eines de molta precisió, és tan important com el producte final. I és que hi ha una part artística i conceptual en cada un dels treballs d'aquest joier que, com altres artistes contemporanis, investiga els materials quotidians i els reivindica com a objectes dignes de ser considerats com a "joies". Marc Monzó es va formar en joieria, especialment atret per la mida i precisió del treball més que pel seu prestigi. Les seves col·

leccions i exposicions han donat la volta al món, amb conceptes molt simples de la realitat quotidiana utilitzats d'una manera que sorpren. L'originalitat de Monzó es veu en la llibertat amb què utilitza els materials per accentuar les possibilitats expressives de l'ofici. D'aquesta recerca apareixen treballs intencionadament incomplets, en els quals els materials nobles es cobreixen amb una capa de pintura o algun altre material, fet que dona encara més força i subtilitat a les peces. Fins i tot, les imperfeccions són exaltades per donar signi-

ficat al procés de creació. Seguint el camí d'una generació de joiers com Karl Fritsch o Ruudt Peters, Monzó defineix la joieria com una intervenció artística, assumint una nova posició que qüestiona ordres tradicionals i definicions. El seu treball té a veure amb estats d'ànim i impulsos. A vegades tenen una part obscura, negativa, però a vegades, com en el cas de *Sun*, tot el contrari, ja que és una reacció positiva, de llum i celebració, oblidant-se del pes i la serietat d'un material tan tradicional com l'or.

La remodelació integral de la Sala dels Drets Humans i de l'Aliança de les Civilitzacions a la seu de l'ONU a Ginebra té un marcat accent català: d'una banda el pintor mallorquí Miquel Barceló ha estat l'encarregat de pintar la cúpula de 1.400 m² de superfície, una obra excepcional que recrea un mar d'onades i estalactites; d'altra banda la sala està equipada amb 758 cadires i taules tècniques integrades amb les últimes tecnologies en comunicació. Aquest equipament ha estat desenvolupat especialment per Figueras International Seating, empresa barcelonina de més de 75 anys d'història, especialitzada en dissenyar i produir seients per a projectes d'ús públic.

Cadira Bonamusa

128

by

**FIGUERAS
INTERNATIONAL
SEATING**

www.figueras.com

Antoni Bonamusa
DISSENYADOR



**UNA CADIRA
CATALANA A
LA SALA DELS
DRETS HUMANS
DE L'ONU**



129

L'equip d'enginyers i especialistes tècnics, conduïts per l'arquitecte Daniel Starrenberger i l'estudi Athanase Spitsas i el dissenyador Antoni Esteve han estat els encarregats de dur a terme la remodelació de la sala.

Quant a l'equipament, el principal requisit ha estat trobar un disseny a mida, amb els últims avenços tecnològics integrats i adaptables en funció de les diferents activitats que acull la sala; així doncs, és imprescindible que una part del mobiliari es pugui moure fàcilment. Del total de 758 cadires, una part són fixes i l'altra part són mòbils.

S'ha escollit el model de cadira Bonamusa, acabat en pell natural de colors suaus per ressaltar encara més la magnífica cúpula i el seu mar de colors.

Aquesta cadira destaca pel seu disseny minimalista i confortable. Tant es pot fer servir en sales de convencions com en espais més reduïts, com en oficines o sales d'espera. Tot i la versatilitat de la cadira s'han hagut de fer petites modificacions al disseny per adaptar les cadires mòbils a les necessitats de la sala dels Drets Humans.

Una de les característiques més funcionals de la cadira Bonamusa és que es pot apilar, de manera que quan està guardada ocupa poc espai. El respall i el seient són d'una sola peça, feta amb una monocarcassa, amb acabat de pell natural.



El dissenyador d'aquesta cadira en concret és Antoni Bonamusa, que fins la seva mort el 2007, mantingué una estreta col·laboració amb Figueras, creant nombrosos productes i impulsant el Figueras Design Centre.

Figueras International Seating aposta per la recerca constant de nous productes, acabats, materials i sobretot conceptes innovadors. Les seves cadires es poden trobar en llocs tan dispars com la sala de Premsa de la Casa Blanca i la d'Assumptes Exteriors del Kremlin, la Universitat Islàmica i la del Vaticà, així com la sala de Premsa de la Moncloa i la del Parlament Europeu.

Figueras International Seating ha estat guardonada amb el Premi Cambra a la Gestió del Disseny 2007 que convoca la Cambra de Comerç de Barcelona i BCD Barcelona Centre de Disseny.

Figueras ha equipat tant la sala de Premsa de la Casa Blanca com la d'Assumptes Exteriors del Kremlin





132

133

**Minimalisme, versatilitat
i confort en una cadira
destinada a escoltar les veus
que han de millorar el món**

Candy Restaurant

by **MARTÍ GUIXÉ**
www.guixe.com

**ELS CAMELS
COM A PROTAGONISTES
ABSOLUTS DE LA CUINA**

Martí Guixé



Candy Restaurant (2007) és un restaurant a Tòquio concebut i dissenyat pel reconegut dissenyador català Martí Guixé. El que aquest restaurant té de particular és que la seva carta està formada exclusivament per caramels. El restaurant s'organitza en dues àrees: una on el "candy chef" prepara i disposa els plats amb els caramels, i un menjador amb taules rodones i cadires per menjar els caramels formalment.



D'aquesta manera es formalitza l'acte ocasional de menjar caramels i el transforma en un ritual d'àpat complet: una nova experiència gastronòmica original. El restaurant ofereix 4 menús diferents. Els caramels vénen servits en una placa i disposats d'una forma determinada, amb instruccions que expliquen com menjar-los, tot seguint el concepte marcat per Guixé.

L'interès del Martí Guixé d'experimentar amb el menjar ja li ve de lluny. Després d'una temporada treballant a Alemanya com a dissenyador industrial va tenir la idea de barrejar dos conceptes tan distanciat com són el disseny i la gastronomia. Així va néixer el Food Design, una disciplina que va començar amb el projecte i exposició SPAMT (1997), una abreviació de "És Pa amb Tomàquet". Efectivament, Food Design són objectes de disseny comestibles.

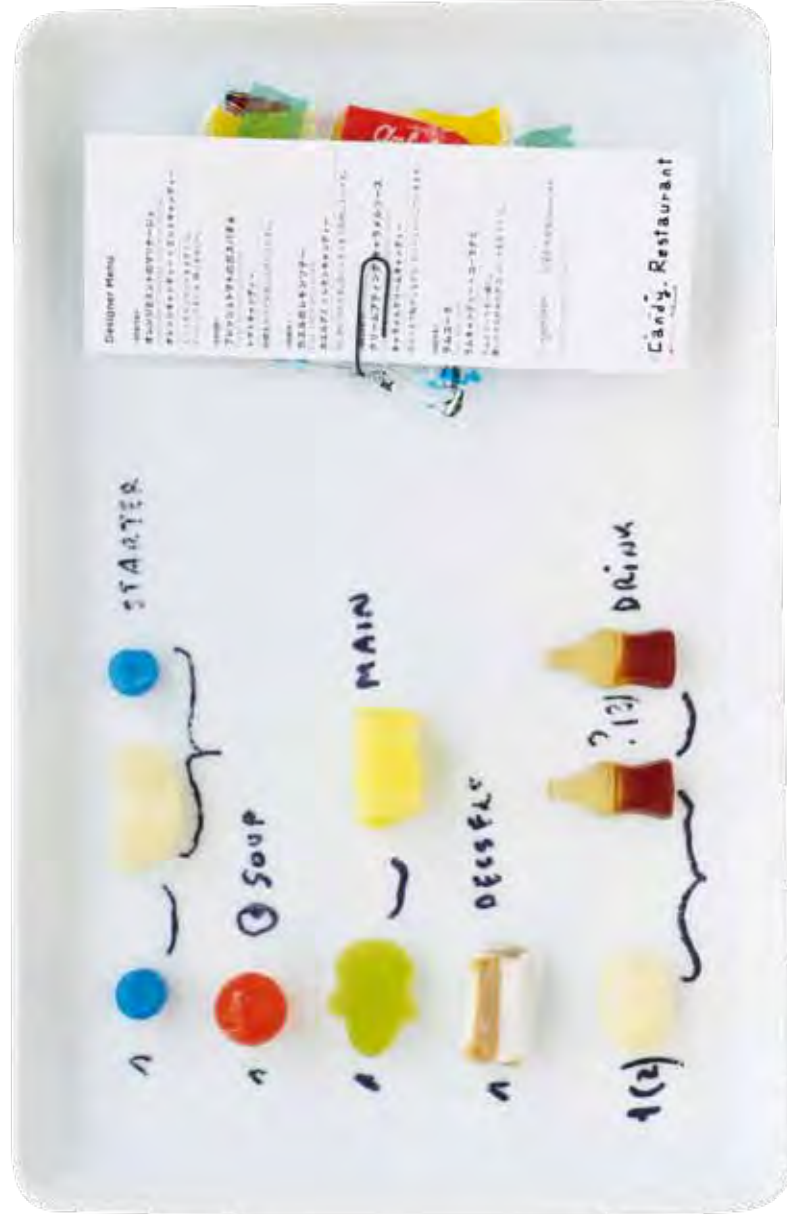
Des d'aleshores, les seves creacions són tan eclèctiques com originals: segells amb gust de la imatge representada; I-Cake (2001), un pastís que representa el percentatge d'ingredients que té, d'aquesta manera, la decoració es converteix en informació; tapas-pasta, una manera de cuinar pasta en porcions individuals, a l'estil d'una tapa i amb l'opció de menjar-les amb salses diferents. Aquests són només tres dels molts altres exemples de Food Design. Martí Guixé construeix productes comestibles que són ergonòmics, funcionals, comunicatius, interactius, visionaris i al mateix temps radicalment contemporanis. Sota el concepte del Food Design, el menjar és una experiència i no un acte nutritiu.

**El Food Design,
tota una experiència
gastronòmica**



I-Cakes

Martí Guixé redissenya
els rituals i les convencions
del menjar



Rücker Lypsa és un centre avançat de disseny, recerca i desenvolupament amb una forta inversió en innovació tecnològica. Té seu a Barcelona i forma part del grup alemany Rücker AG, una multinacional que proporciona serveis i tecnologia en el camp de l'enginyeria de transport i producte més avançada. Així doncs, des de Rücker Lypsa es desenvolupen projectes sobretot lligats als sectors de l'automoció i l'aeronàutica. CareClass és un nou concepte de seient integrat

per als desplaçaments de llarga distància en avions de fuselatge d'un sol passadís, però amb les mateixes prestacions i confort dels grans avions de dos passadissos. A CareClass es fusionen l'enginyeria i el disseny amb objectius com el confort, la privacitat i una nova manera d'entendre els viatges de primera classe. La línia CareClass consta d'un mòdul amb butaca full-flat, una petita unitat d'higiene personal, un sistema multimèdia amb pantalla integrada, i un

innovador sistema que regula el nivell de privacitat del passatger segons els seus requeriments. Tots aquests elements estan pensats per oferir intimitat i millor descans als viatgers. Arran de la col·laboració entre Mater —el centre de materials del FAD— i Rücker Lypsa, el projecte CareClass ha integrat i experimentat amb un ampli ventall de materials innovadors: plafons lluminosos sensibles amb tecnologia LED, revestiments amb pells ecològiques, teixits amb il·luminació de

fibra òptica, fotoluminescència en silicones, materials compostos lleugers amb elevada resistència mecànica, noves tipologies de pintures respectuoses amb el medi ambient, coixins inflables lleugers i altres.

Un dels principals clients de Rücker Lypsa és Airbus, amb qui han estat col·laborant estretament en diversos projectes des de ja fa 10 anys i en especial en el disseny de l'interior de l'A380.

En el sector d'automoció, els seus clients principals són Seat, grup Volkswagen i Nissan. La seva alta especialització, el valor de la innovació i qualitat dels dissenys produïts per Rücker Lypsa fa que moltes grans empreses internacionals confiïn en els seus serveis.

L'equip de disseny de Rücker Lypsa està format per dissenyadors de diverses nacionalitats i perfils. Les experiències acumulades en projectes arreu del món permeten trobar solucions a mida per a totes les necessitats. Gràcies a tots aquests factors, Rücker Lypsa se situa com a empresa líder en un sector tan especialitzat com és el disseny de transports.

La col·laboració entre Rücker Lypsa i Mater ha facilitat l'experimentació amb un ampli ventall de materials innovadors.



Innovació aplicada al disseny d'interiors d'un avió per oferir noves possibilitats al viatger

CareClass

by

RÜCKER LYPsa

www.rueckerlypsa.es

**DISSENY I ENGINYERIA
PER A SOLUCIONS
DE CONFORT EN
AERONÀUTICA**

Oscar Orce
DISSENYADOR INDUSTRIAL

Marc Mateu
DISSENYADOR INDUSTRIAL

**Giuseppe
Busalacchi**
DISSENYADOR INDUSTRIAL

Bernat Costa
CAP DE DISSENY
DEL DEPARTAMENT

Andreu Castells
DISSENYADOR INDUSTRIAL

David Delgado
ESPECIALISTA 3D



140

D'UNA BOTIGA DEL PASSEIG DE GRÀCIA A MÉS DE 1.500 ARREU DEL MÓN

MANGO, una de les empreses catalanes més internacionals, sinó la que més, veu el creixement com una de les claus de l'èxit i de la culminació del seu projecte i està desenvolupant un pla estratègic que els permetrà duplicar la dimensió de l'empresa en deu anys.

MANGO té una estreta relació amb la ciutat de Barcelona: aquí fou on el 1984 MANGO va obrir la primera botiga. Un any més tard tenien cinc noves botigues a la ciutat.

A partir d'aquí comença l'expansió de MANGO, primer a Espanya i després a l'estranger. Actualment MANGO compta amb més de 1.400 botigues arreu del món, repartides en 100 països, de les quals una part són botigues en propietat i l'altra part són franquícies. És important assenyalar que del volum total de negoci, un 77% correspon a la venda en mercats estrangers. En els propers 5 anys, tenen pensat fer una gran expansió al mercat asiàtic.

MANGO

www.mango.com

141



Barcelona



MANGO entén que el talent novell s'ha de cultivar i per això ha creat els **Botón-Mango Fashion Awards** per a joves dissenyadors de moda.

No cal dir que MANGO, una empresa dedicada al disseny i la comercialització de peces de vestir per a dona i ara també home, és un model d'empresa d'èxit en tots els aspectes: internacionalització, qualitat dels seus productes, un equip eficient i motivat, amb una imatge de marca coherent i unificada i un sistema logístic capdavanter. Aquestes són les claus d'èxit del concepte Mango.

Com a part de l'actual estratègia, una de les apostes de MANGO per continuar creixent ha estat el disseny, amb la inauguració de l'Hangar Design Centre, el centre de disseny més gran d'Europa. L'Hangar és el nou centre on neixen i creixen les col·leccions de MANGO que es veuran per tot el món.

Es tracta d'un innovador laboratori on es viu el procés de reinterpretació de les últimes tendències amb el segell propi de MANGO, on es decideixen els teixits, els materials, i els patrons que marcaran la col·lecció de MANGO per a la temporada següent. Amb la construcció d'aquest nou centre de disseny, MANGO busca l'equilibri òptim entre el disseny i la funcionalitat, i s'ha concebut com un estudi on fomentar la creativitat i potenciar la multidisciplinarietat dels equips de treball.

L'altra aposta important és el desenvolupament de nous centres logístics automatitzats que incorporen les últimes tecnologies, i que han permès augmentar notablement la capacitat de distribució. Amb una superfície de 24.000 m², el nou centre, situat a Parets del Vallès, es converteix en el més modern d'Europa. Es tracta d'un Centre Dinàmic de Distribució (CDD) que disposa d'un sistema totalment automatitzat centrat en la càrrega, l'emmagatzematge, la facturació i l'expedició del producte. Amb aquest sistema es converteix en el CDD més eficient del sector.

Aquest nou centre logístic emmagatzema el 77% del total de les peces que la marca comercialitza als cinc continents i distribueix una mitjana de 30.000 peces per hora.

MANGO també vol promocionar joves talents i el 2006 llancen els premis internacionals de moda més importants per a dissenyadors emergents, els Botón-Mango Fashion Awards, dotats amb 300.000 euros. Ja s'han fet 3 edicions i ha demostrat ser una plataforma de llançament per a molts dissenyadors emergents que han de lluitar molt per fer-se un forat en aquest món tan competitiu.



**Un programa d'expansió ambiciós
ha posicionat MANGO
entre les empreses espanyoles
més internacionals**

A nivell de comunicació, MANGO es caracteritza per unes campanyes publicitàries innovadores, ja sigui donant protagonisme a models i actrius internacionals o bé penjant peces de roba als opis de la ciutat, com si fossin peces de museu exposades en vitrines. D'aquesta manera, la protagonista és la peça mateixa que interactua amb la ciutat.

A Cerdanyola del Vallès hi ha un edifici en forma de cargol que acull una finestra al futur. El Sincrotró ALBA és un accelerador d'electrons que són portats fins a velocitats properes a les de la llum i produeixen feixos de llum molt intensos. És un instrument de darrera generació que funciona com un microscopi gegant, i que permet descobrir els secrets dels àtoms i les molècules.

Al món hi ha uns 40 sincrotrons de característiques similars, però cap d'ells a la zona sud-oest del Mediterrani. El Sincrotró ALBA n'és el primer, construït i operat pel consorci CELLS i co-finançat pel govern de Catalunya i Espanya. La llum de sincrotró serà utilitzada per diferents tipus d'experiments que es faran en una sèrie de laboratoris independents de recerca científica, anomenats «línies de llum». Un punt d'atracció de talent, que contribuirà a atraure i retenir a Catalunya i Barcelona un gran nombre d'excel·lents investigadors i professionals del sector. Un *think tank* de tecnologies que necessiten conèixer els secrets de la natura per avançar en la seva recerca.

Sincrotró ALBA

146

**CAP AL FUTUR
DE LA RECERCA
TECNOLÒGICA**





**Amb aquest exemple ens agradaria
tancar aquest segon volum de
Pensat a Barcelona, amb un gran
esdeveniment que mira cap al futur
i consolida Barcelona com un dels
centres de recerca líders d'Europa.
Amb aquest llibre hem volgut valorar
i destacar l'alt grau d'innovació
de les nostres empreses, moltes
vegades considerades com a
models d'avantguarda i creativitat
internacional.**

**Consell d'edicions i publicacions
de l'Ajuntament de Barcelona**

Ignasi Cardelús
Enric Casas
Eduard Vicente
Jordi Martí
Jordi Campillo
Glòria Figuerola
Victor Gimeno
Màrius Rubert
Joan A. Dalmau
Carme Gibert
José Pérez Freijo

**Primer Tinent d'Alcalde de
l'Ajuntament de Barcelona i
President de Barcelona Activa**
Jordi William Carnes

**Gerent de Promoció Econòmica
de l'Ajuntament de Barcelona**
Mateu Hernández

**Directora General
de Barcelona Activa**
Anna Molero

**Director del programa
"Barcelona, Recerca i Innovació"**
de l'Ajuntament de Barcelona
Xavier Testar

Una publicació de
Ajuntament de Barcelona-
Barcelona Activa

Amb la col·laboració de
FAD Foment de les Arts i del Disseny
BCD Barcelona Centre de Disseny

Edició a cura de
Barcelona Activa i Actar

Coordinació
Barcelona Activa

Maria Vilà
Rosa Suriñach
Actar
Anna Tetas
Rosa Lleó

Recerca i selecció de casos
Barcelona Activa
FAD Foment de les Arts i del Disseny
BCD Barcelona Centre del Disseny

Textos
Anna Tetas i Rosa Lleó

Disseny gràfic i producció
ActarBirkhäuserPro

Crèdits fotogràfics
Toni Bofill 80-81
Alex Carabí 54-63
Lluís Casals 108-113
Carlos Collado 88-93
Joan Cuitó 86-87
Imagekontainer/Knölke 130-133
Xavi Mañosa 10-11
Oriol Miralles 84-85
ONUART Agustí i Antonia Torres
125, 126, 128-129
Ben Stott 118
Román Yñán 46-51

www.bcn.cat/publicacions
www.barcelonactiva.cat

Tots els drets reservats

- © **De l'edició**
Ajuntament de Barcelona-
Barcelona Activa
c/Llacuna, 162-164
08018 Barcelona
- © **Dels textos**
Anna Tetas i Rosa Lleó
- © **De les imatges**
els seus autors

ISBN: 978-84-9850-273-2
DL: B-40226/10

Imprès i enquadernat
a la Unió Europea

Distribució

ActarBirkhäuserD
Barcelona-Basel-New York
www.actarbirkhauser-d.com

Roca i Batlle 2
E-08023 Barcelona
T +34 93 417 49 93
F +34 93 418 67 07
salesbarcelona@actarbirkhauser.com

Viaduktstrasse 42
CH-4051 Basel
T +41 61 5689 800
F +41 61 5689 899
salesbasel@actarbirkhauser.com

151 Grand Street, 5th floor
New York, NY 10013
T +1 212 966 2207
F +1 212 966 2214
salesnewyork@actarbirkhauser.com